La lettre d’André Letowski

Janvier 2015

Bonjour,

Cette note est cette fois plus encore consacrée à la création d’entreprise et aux TPE :

- Le nombre de création d’entreprise 2014 : 550 794, en hausse de 2,3% au regard de 2013, sans grande évolution depuis 2011 ; noter la grande constante pour les non autoentrepreneurs depuis 2009, et leur baisse au regard des fortes évolutions connues depuis 2000.

- Une même intention de créer une entreprise depuis plus de 20 ans, et toujours un fort taux d’intérêt chez les jeunes ; noter l’approche jeunes, génération Z, qui sont-ils et quels atouts pour la création d’entreprise dans l’étude BNP-the Boston Project

- Ce qui ne signifie pas toujours choix et motivation d’entreprendre quand ils passent à l’acte : lire l’étude du CEE sur très un petit nombre d’étudiant devenu autoentrepreneurs (généralisable sur cette population ?)

Dans un contexte de crise économique, on pourrait s’étonner que le flux des créations ne soient pas à la baisse, au regard d’une situation des TPE moins favorable, comparée autres tailles d’entreprise :

- Une situation moins favorable dans le solde net d’emploi depuis 2009, si l’on en croit les chiffres d’ASMET-Trendeo, où les TPE sont loin de répondre aux promesses souvent exprimées de forte contribution à l’emploi (à vérifier)

- Où le pessimisme des dirigeants de TPE au regard de la croissance et de leur situation financière, est toujours plus marquant dans les TPE, comparéés aux autres tailles d’entreprise (enquête de conjoncture BPI) ; un pessimisme corrigé par la franchise (étude annuelle de la franchise de la BPCE)

- Où les défaillances touchent cruellement la tranche des 1 et 2 salariés, un vrai sujet d’inquiétude, puisque c’est à ce niveau que démarre l’emploi dans nombre de petite entreprise et « qu’on ne les y reprendra pas à embaucher » ; noter toutefois qu’il y a baisse des défaillances parmi les moins de 5 ans d’activité.

Noter encore :

- le travail conséquent sur la connaissance de l’artisanat, fait par l’ISM, le seul vrai document de référence sur ce secteur

- l’étude sur le crowdfunding pour le Salon des Entrepreneurs, révélant que 7% des français et 3% des chefs d’entreprise l’ont pratiqué, et à quelles conditions ils y feraient appel au bénéfice d’une entreprise

- L’étude Fidal sur la reprise/transmission en direction des PME/ETI confirmant à la fois que le vrai souci des dirigeants est que l’entreprise continue à vivre, mais trop peu intègrent cette transmission dans leur stratégie, une transmission qui toucherait peu de repreneurs familiaux.

Bonne lecture

Analyses et études de janvier 2015

*J’ai repéré un certain nombre d’études et d’analyses qui m’ont semblé utiles pour enrichir l’approche de l’entrepreneuriat des TPE et PME et de la création d’entreprise ; j’en ai extrait les éléments qui me semblaient essentiels et nouveaux, en retravaillant par exemple certains tableaux que j’ai voulus plus explicites ou en complétant l’analyse, et si besoin en formulant quelques commentaires. J’ai voulu aussi citer les chiffres qui servent de cadrage à ces thématiques. André LETOWSKI*

Dans ce document :

Création d’entreprise, auto-entrepreneuriat, reprise

* 550 794 créateurs en 2014 dont 51,5% d’autoentrepreneurs ; une stabilité du nombre global de créations d’entreprises depuis 2011, avec une légère hausse entre 2013 et 2014 (+2,3%), davantage du coté autoentrepreneurs (+3,1%) que des autres créateurs (+1,6%)

*Analyse André LETOWSKI, à partir des données INSEE*

* Quelques compléments sur les créations 2014,  *Insee Première*
* Les cédants de PME et ETI ont d’abord le souci de la pérennité de leur entreprise, souhaitant avant tout transmettre à une personne au fait des rouages de l’entreprise, *Fidal,*

Entrepreneuriat, sensibilisation à l’entrepreneuriat

* Entre 4 et 9% des français ont l’intention certaine de créer/reprendre une entreprise, selon qu’ils ont ou non déjà muri leur projet*, Institut Think pour LENDOPOLIS et le Conseil Supérieur de l’Ordre des Experts-Comptables à l’occasion du 22ème Salon des Entrepreneurs de Paris*

TPE, artisanat, PME

* L’artisanat regroupe 921 000 entreprises à titre principal et 193 000 à titre secondaire ; les entreprises à titre principal emploient 2,7 millions de salariés et non-salariés,  *ISM*
* Le patrimoine des indépendants en retraite est en moyenne toujours plus important que pour les salariés, même après remboursement des dettes et transmission de capital, *Insee*

Pérennité, défaillances

* 62 586 défaillances en 2013, en baisse (-0,8% au regard de 2013), notamment pour les PME de plus de 50 personnes (-21,8% entre 2013 et 2014 et -20,5% entre 2009-2013 et 2014), alors que les TPE de 1 à 2 salariés sont les seules à connaitre une situation nettement défavorable, ainsi que les entreprises de plus de 6 ans d’ancienneté, *Altares,*

Conjoncture

* L’exercice 2014 se révèle meilleur que 2013, en particulier chez les PME innovantes et exportatrices ; de même dans le tourisme, l’industrie et les transports, mais la construction fait figure d’exception ; le sentiment général reste cependant très dégradé, notamment la situation de trésorerie*, Bpifrance*

Développement des entreprises

* L’enquête annuelle autour de la franchise conforte l’intérêt de cette formule, *BPCE en partenariat avec la Fédération de la Franchise*
* Les ETI ont créé près de 87 411 emplois nets entre 2009 et 2014, alors que les grandes entreprises en ont supprimé 53 247 ; les PME en ont créé 19 007 alors que les TPE en perdaient

1 464 ; 30% des emplois créés dans l’économie le sont par les ETI*, ASMEP-ETI et trendeo*

Financement, aides financières publiques

* 11% des français connaissent bien le crowdfunding ; 7% y ont contribué financièrement. 26% des dirigeants connaissent bien ce système et 3% y ont eu recours, *Institut Think pour LENDOPOLIS et le Conseil Supérieur de l’Ordre des Experts-Comptables à l’occasion du 22ème Salon des Entrepreneurs de Paris.*
* Les entreprises accompagnées en capital investissement ont une croissance et un taux de survie meilleurs que les autres,  *bpifrance*

Innovation

* Le statut Jeune Entreprise Innovante bénéficie largement aux TPE nouvelles des services aux entreprises et des TIC ; il se traduit par une exonération moyenne par entreprise de 40 à 60K€, *DGE*
* Malgré des atouts et une infrastructure propice à l’innovation (6ème rang mondial en matière de R&D), l’Ile-de-France ne se place qu’au 17ème rang mondial en matière d’innovation, *Chambre de Commerce et d'Industrie de région Paris Ile-de-France*

Secteurs d’activité

* Les Français auront dépensé 57Md€ sur internet, un chiffre en hausse de 11% sur un an ; le nombre de transactions augmente de 15%*, Fevad*

Evolution des marchés

* Les TIC dans la société française,  *Credoc*

La formation, les jeunes

* Beaucoup plus inscrits dans les réseaux, les 15-20 ans sont pragmatiques, participatifs, ouverts sur l’international ; 47% aimeraient créer leur entreprise, *BNP Paribas et The Boson Project*
* L’apprentissage, une formation insuffisamment au service des moins diplômés, C*onseil d’Analyse Economique*
* Trois idéaux-types des usages du régime de l’autoentrepreneur par des étudiants : le salarié indépendant, le chômeur entreprenant et l’indépendant converti, *Centre d’Etudes de l’Emploi*

Etudes, rapports, propositions non commentés :

* « Les exonérations poursuivent leur baisse en 2013 », *Acosstat N° 204, décembre*
* « l’impact sociétal, social, économique et financier de la réduction progressive du temps de travail », *Assemblée Nationale, rapport du 9 décembre*
* « Silver économie ; décryptage et enjeux pour l’économie sociale et solidaire », *Avise, note d’analyse, janvier*
* « Rapport annuel sur l’état de la France en 2014 », *les rapports du conseil économique, social et environnemental, décembre*
* «  L’artisanat des métiers de service et de fabrication : bilan, analyse, perspectives**»,** *CNAMS, novembre*
* « Les Français préservent leur capacité de départ en vacances », *le 4 pages de la DGE, N°40,* *décembre*
* « Rapport annuel sur l’étatde la fonction publique : Politiques et pratiques de ressources humaines, édition 2014 »**,***Ministère de la Décentralisation et de la Fonction Publique, non daté*
* « Demain, l’Internet des objets », *France Stratégie, note d’analyse N°22, janvier*
* « Gouvernance et organisation des services à la personne en Europe », *France Stratégie, document de travail, décembre*
* « Réformes des professions réglementées du droit », *France Stratégie, janvier*
* « Réforme de la justice prud’homale », *France Stratégie, janvier*
* « Etude sur le niveau d’appropriation du numérique en Rhône-Alpes : baromètre numérique régional ; Enquête TPE / PME 2014 », *Idate consulting research, mai*
* « Consommateurs connectés, la distribution à l’ère digitale : 4e étude mondiale sur les web-acheteurs » *PWC, novembre*
* « étude sur le secteur de la photonique », *DGE, non daté*

Guides

* « Fabriqué  en France, *le guide du marquage d’origine à l’attention des producteurs et des distributeurs », DGE, non daté*
* « Le guide du vendeur e-commerce », *ministère de l’’Economie, de l’Industrie et du Numérique », non daté*
* *«*Objectif entreprise 2015, Artisans, industriels et commerçants, professionnels libéraux », *RSI*

Création d’entreprise, auto-entrepreneuriat, reprise

550 794 créateurs en 2014 dont 51,5% d’autoentrepreneurs ; une stabilité du nombre global de créations d’entreprises depuis 2011, avec une légère hausse entre 2013 et 2014 (+2,3%), davantage du coté autoentrepreneurs (+3,1%) que des autres créateurs (+1,6%)

*Analyse André LETOWSKI, à partir des données INSEE*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Nombre cumulé au cours des 12 derniers mois | Indice base 100 en 2013/2014 (12 mois) |
|  | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 |
|  NAE | 260 174 | 262 340 | 258 118 | 242 497 | 263 243 | 267 340 | 97 | 98 | 97 | 91 | 98 | 100 |
|  AE | 320 019 | 359 699 | 291 721 | 307 478 | 274 942 | 283 454 | 113 | 127 | 103 | 108 | 97 | 100 |
| Total | 580 193 | 622 039 | 549 839 | 549 975 | 538 185 | 550 794 | 105 | 113 | 100 | 100 | 98 | 100 |
| % AE | 55,2 | 57,8 | 53,1 | 55,9 | 51,1 | 51,5 |  |  |  |  |  |  |

Constats :

- Une stabilité du nombre global de créations d’entreprises depuis 2011, avec une légère hausse 2013-2014 (+2,3%), davantage du coté autoentrepreneurs (+3,1%) que des autres créateurs (+1,6%)

- Une tendance à la baisse du nombre d’autoentrepreneurs (mais légère reprise en 2014), notamment au regard des années de démarrage de ce nouveau régime

- Une stabilité du nombre d’autres créateurs (les non autoentrepreneurs) depuis 2009 (excepté la baisse de 2012), après de fortes hausses entre 2000 et 2008 ; quel apport a eu l’auto- entrepreneuriat, quel impact la crise économique ? Rappel pour mémoire des chiffres création depuis 2000

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | 2000/2002\* | 2003 | 2004/2005\* | 2006 | 2007/2008\* |
| Nombre de création | 214 773 | 238 971 | 270 107 | 285 458 | 328 589 |
| Indice base 100 en 2000/2002 | 100 | 111 | 125 | 132 | 152 |

 \*années au nombre de créations proches

-Les évolutions par activité : une vision globale tout d’abord depuis 2000 :

4 activités ont toujours connu une évolution favorable au regard des périodes considérées :

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| En % | Moyenne | Transports | Santé, éducation | Activités financières | HCR |
| Evolution 2008/2000 | +53 | +27 | +67 | +65 | +56 |
| Evolution NAE 2009/2014 | +2,8 | +24 | +25 | +17 | +11 |
| Evolution toutes créations 2009/2014  | -5 | +76 | +28 | +17 | +13 |

3 activités ont connu des évolutions globalement favorables :

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| En % | Moyenne | Services aux particuliers | Services aux entreprises | Construction |
| Evolution 2008/2000 | +53 | +70 | +67 | +53 |
| Evolution NAE 2009/2014 | +2,8 | +46 | +5 | +12 |
| Evolution toutes créations 2009/2014  | -5 | -19 | -6 | -5 |

4 activités ont connu de faibles progressions ou après une évolution favorable entre 2000 et 2008, une évolution défavorable ensuite :

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| En % | Moyenne | Activitésimmobilières | Commerce | Informatique&communication | industrie |
| Evolution 2008/2000 | +53 | +107 | +44 | +16 | +15 |
| Evolution NAE 2009/2014 | +2,8 | -4 | -17 | +9 | -15 |
| Evolution toutes créations 2009/2014  | -5 | +1 | -17 | -13 | -4 |

Plus précisément, l’évolution depuis 2009, année de l’apparition de l’autoentrepreneur, est la suivante par type d’activité de création, divisé en 2 groupes, celui tout d’abord des « gagnants » dans les deux types de création en 2014

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | NAE (base 100 en 2014) | AE (base 100 en 2014) | % AE en 2014 |
| Nombre en 2014 | Evol \* | 2013 | 2012 | 2011 | 2010 | 2009 | Nombre en 2014 | Evol\*  | 2013 | 2012 | 2011 | 2010 | 2009 |
| Transports | 7 811 | +14,3 | 88 | 87 | 88 | 87 | 81 | 6 999 | +70,3 | 59 | 43 | 37 | 41 | 30 | 47,3 |
| Activités financières | 12 962 | +9,9 | 91 | 84 | 94 | 91 | 85 | 2 079 | -0,2 | 100 | 93 | 77 | 91 | 84 | 14,7 |
| Santé, éducation | 29 789 | +7,6 | 93 | 87 | 85 | 82 | 80 | 35 127 | +4,6 | 96 | 91 | 83 | 90 | 77 | 54,1 |
| HCR  | 20 319 | +6,9 | 94 | 87 | 89 | 92 | 90 | 9 286 | +17,5 | 85 | 94 | 83 | 94 | 86 | 31,4 |
| Services aux entreprises | 49 376 | +4,8 | 95 | 91 | 96 | 96 | 95 | 68 031 | +4,3 | 96 | 102 | 102 | 132 | 115 | 57,9 |

*\*Evolution 2014 au regard de 2013*

*Lecture : en rouge les indices supérieurs à 100 (base 2010-2011) et en bleu, ceux inférieurs à 100*

 *En rouge le % d’autoentrepreneur supérieur à la moyenne 2014 de 51,5% et en bleu ceux qui sont inférieurs*

Un deuxième groupe révèle une situation plus ambigüe en 2014, plutôt moins favorable qu’au cours des années précédentes : c’est notamment le fait du commerce et des activités autour de la construction (bâtiment et activités immobilières)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | NAE (base 100 en 2014) | AE (base 100 en 2014) | % AE en 2014 |
| Nombre en 2014 | Evol \* | 2013 | 2012 | 2011 | 2010 | 2009 | Nombre en 2014 | Evol\*  | 2013 | 2012 | 2011 | 2010 | 2009 |
| Info-com | 10 247 | +11,4 | 90 | 109 | 95 | 92 | 92 | 16 325 | -8,0 | 109 | 103 | 101 | 127 | 129 | 61,4 |
| Immobilier | 12 641 | -4,6 | 105 | 114 | 128 | 118 | 104 | 3 299 | +43,7 | 70 | 73 | 82 | 86 | 80 | 20,7 |
| Construction | 44 033 | -3,2 | 103 | 87 | 95 | 115 | 92 | 32 475 | -2,6 | 103 | 141 | 123 | 155 | 125 | 42,4 |
| Services aux particuliers  | 17 358 | -1,1 | 101 | 74 | 77 | 84 | 68 | 37 285 | -1,7 | 102 | 128 | 126 | 166 | 150 | 68,2 |
| « Industrie » | 12 953 | -2,1 | 102 | 81 | 93 | 127 | 117 | 15 537 | +11,5 | 88 | 87 | 88 | 87 | 81 | 45,5 |
| Commerce | 50 766 | -4,0 | 104 | 102 | 110 | 116 | 135 | 57 011 | +0,4 | 100 | 107 | 105 | 126 | 120 | 52,9 |

*\*Evolution 2014 au regard de 2013*

Quelques compléments sur les créations 2014

*« Hausse des créations d’entreprises en 2014, notamment des sociétés », Insee Première N° 1534, janvier*

Parmi les sociétés nouvelles, les sociétés par actions simplifiées progressent nettement (39% en 2014 contre 29 en 2013 et 19 en 2012), alors que les SARL, toujours en majorité (57% des créations 2014) décroissent (elles étaient 67% en 2013 et 77% en 2012) ; parmi les SARL, les SARL unipersonnelles ne sont que 22% (contre 30% en 2011)

Tous types d’entreprises confondus, les créations d’entreprises augmentent en 2014 dans la plupart des régions métropolitaines.

Les activités des entreprises nouvelles diffèrent selon leur localisation : 29% des créations en Île-de-France fournissent des services aux entreprises, comme près d’une sur cinq en Rhône-Alpes ou Pays de la Loire ; par ailleurs, l’Île-de-France fait état d’une part élevée de créations en société (38%). Quant aux autoentrepreneurs, leur importance culmine en Bourgogne (61%), à l’inverse de la Corse ou des DOM (respectivement48% et 28%).

En 2014, seulement 10% des entreprises sont employeurs au moment de leur création (5% si l’on inclut les autoentrepreneurs *qui compte-tenu de leurs spécificités ne peuvent guère employer des salariés)*. Les entreprises employeurs ont en moyenne 2,7 salariés.

Quelques particularités :

La part des créatrices (autoentrepreneurs compris), au sein des entreprises individuelles, se stabilise à 38 % (33% en 2004). Selon les régions, la part des créatrices varie entre 34% et 47% avec des taux souvent plus élevés dans les départements de Paris et du littoral atlantique ainsi que dans les DOM.

Par ailleurs, 192 créateurs d’entreprise individuelle étaient mineurs (45 âgés de 16 ans et 147 de 17 ans).

Les cédants de PME et ETI ont d’abord le souci de la pérennité de leur entreprise, souhaitant avant tout transmettre à une personne au fait des rouages de l’entreprise

*« Transmission et pérennité de l'entreprise », enquête Fidal, non daté*

*115 dirigeants d’entreprise de plus de 50 ans ont répondu au questionnaire ; ce sont 84% de PME 35% de moins de 20 salariés, 26% de 20 à 50 salariés et 23% de 50 à 250 salariés) et 16% d’ETI ; 1/3 appartiennent à l’industrie, 23% au commerce, 19% à la construction et l’immobilier, 16% au services aux entreprises.*

Leur objectif est avant tout d’assurer l’avenir de leur entreprise (51%) ou d’en garantir la pérennité (32%) ; il est nettement moins d’obtenir un bénéfice financier de l’opération (20%).

83,5% des chefs d’entreprise pensent qu’il est nécessaire de se soucier de la transmission de leur entreprise avant 60 ans : 52% entre 55 et 59 ans et 26% entre 50 et 54 ans

60% ont pour souhait de transmettre leur entreprise à une personne en maîtrisant les rouages : un membre de la famille (29%), une personne du métier (21%) ou un salarié de l’entreprise (9%).

32% envisagent d’organiser leur succession dans le cadre d’une transmission familiale, que ce soit à titre onéreux (transfert de titres sociaux ou vente de l’entreprise ou d’un holding détenteur), à titre gratuit (donation, legs, succession) ou encore dans le cadre d’un Family Buy Out (FBO) qui permet de concilier la transmission familiale et le maintien du train de vie des parents. Mais dans leur pratique, la part des entreprises transmises familialement est plutôt de l’ordre de 15%.

Le poids de la fiscalité, la complexité des régimes juridiques et fiscaux, ou des situations patrimoniale et matrimoniale représentent un frein majeur pour 44%.

Pourtant L’environnement fiscal de la transmission familiale d’entreprise est extrêmement favorable par rapport à ce qu’il était avant les années 2000.

L’incertitude économique comptabilise 22% des réponses, les difficultés de financement pour le repreneur, 16% ; 18% évoquent l’absence de repreneurs.

41% des chefs d’entreprise n’ont mis en place aucune action pour assurer la pérennité de leur entreprise en cas de force majeure ; le mandat à effet posthume, acte de prévoyance et d’anticipation susceptible d’éviter l’apparition de conflits entre héritiers, une simple formalité contractuelle, une assurance qui ne coûte rien et ne se déclenche qu’en cas de décès n’a pourtant été mis en place que par 0,6% des répondants.

L’étude estime que 15% des disparitions d’entreprise proviennent de transmissions mal préparées.

Entrepreneuriat, sensibilisation à l’entrepreneuriat

Entre 4 et 9% des français ont l’intention certaine de créer/reprendre une entreprise, selon qu’ils ont ou non déjà muri leur projet

*« Les français, leurs entrepreneurs et le crowdfunding »,*

*« Sondage réalisé par l’Institut Think pour LENDOPOLIS et le Conseil Supérieur de l’Ordre des Experts-Comptables à l’occasion du 22ème Salon des Entrepreneurs de Paris » auprès d’un échantillon de 1016 Français, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus, redressé selon la méthode des quotas interrogés en ligne sous système CAWI entre le 9 et le 15 décembre 2014.*

6% des français ont l’intention certaine de créer/reprendre une entreprise, 19% probablement, alors que 66% n’en ont pas l’intention et que 9% ne savent pas ; 25% pourraient donc créer à terme.

Les profils de ces 25% sont comme dans les enquêtes précédentes les plus jeunes (46% les 18-34 ans contre 28% pour les 35-49 ans et 10% pour les 50 ans et plus ; il en est de même pour les cadres et les professions intellectuelles (47%), contre pour les autres catégories socio-professionnelles (28-30%, exception 23% pour les ouvriers et 6% pour les retraités) ; les salariés travaillant dans des TPE y sont nettement plus sensibles (42%) contre 27 à 30% pour les autres tailles d’entreprise.

36% envisagent de le faire dans les 2 ans (dont 22% dès 2015), soit 9% contre 8,4% en moyenne depuis 2000 (ou 5,5% dans l’année 2015) ; *rappelons que la population des chefs d’entreprise est de l’ordre de 14% de la population active (autoentrepreneurs compris, ou 10% hors autoentrepreneurs).*

Parmi les 9% désireux de créer dans les 2 ans, 24% disent avoir préparé leur projet, soit 4% des français, autre façon d’approcher l’intention entrepreneuriale proche à se concrétiser.

10% envisageraient de faire appel certain au crowdfunding pour leur développement.

TPE, artisanat, PME

L’artisanat regroupe 921 000 entreprises à titre principal et 193 000 à titre secondaire ; les entreprises à titre principal emploient 2,7 millions de salariés et non-salariés.

*« Tableau économique**de l’artisanat » ISM, octobre*

*C’est à ce jour le document le plus complet en matière de données chiffrées sur l’artisanat, utilisant les sources INSEE, Acoss, et DEPP.*

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| En milliers | 1985 | 2000 | 2005 | 2010 | 2011 | 2012 |
| Nombre d’entreprises | 795 | 796 | 862 | 1 038 | 1 092 | 1 114 |

L’évolution du nombre d’entreprises artisanales sur la période 1980-2012 a été fortement favorable entre 2000 et 2008 comme l’ensemble des créations d’entreprise, puis avec l’apparition des autoentrepreneurs à partir de 2009.

Repères

2010 (3) 2011 (3) 2012 (3)

Ces entreprises sont 30,9% (25,6% à titre principal) de l’ensemble des entreprises françaises en 2012, contre 37,9% en 1985. Noter que 5% des entreprises ont plusieurs établissements.

Parmi les 921 000 entreprises artisanales à titre principal, Le bâtiment et les TP y comptent pour 41%, les services (réparation auto, coiffure, autres réparations…) pour 25%, la fabrication (notamment de type industriel) pour 11% et l’alimentaire pour 6%.

Certaines activités d’entreprises sont surtout artisanales, telle la construction (90% des entreprises françaises), l’industrie manufacturière (79% intégrant les ébénistes, certains métiers d’art…), d’autres le sont peu, telles les activités récréatives (9%), les services aux entreprises.

78 % des entreprises artisanales relèvent de l’économie présentielle (bâtiment, services à la personne, métiers de bouche), 22% de l’économie non présentielle (artisanat de fabrication, entreprises de services aux entreprises), produisant plus souvent pour des marchés nationaux ou internationaux.

En 2011, le chiffre d’affaires de l’artisanat était de 280,4Md€, soit 7,5% de la production nationale et la valeur ajoutée de 102,9Md€, soit 10,7% de la valeur ajoutée du secteur marchand non agricole ; elle varie de 50% des valeurs ajoutées d’une activité à 10% dans l’alimentation, mais 24% dans la fabrication.

Après avoir été stable entre 1985 et 2000, l’emploi total dans l’artisanat a fortement progressé jusqu’en 2008 et atteint 2,693 millions de personnes, salariés (76%) et non-salariés (24%) ; le chiffre est stable depuis, l’augmentation d’actifs non-salariés (notamment les autoentrepreneurs) compensant la baisse du nombre de salariés ; par activité en 2011, ce sont :

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| En milliers | Bâtiment | Services | Fabrication | Alimentation | Total |
| Effectif total | 1 203 | 696 | 505 | 289 | 2693 |

Le nombre de salarié est en recul de 5% depuis 2007 (1,639 millions en 2013 contre 1,726 en 2008), notamment dans la fabrication (-13% entre 2007 et 2013) et le bâtiment (-7%).

Parmi les actifs, 49% sont des ouvriers, 17% des employés, 6% des professions intermédiaires, 4% des cadres et 24% des non-salariés.

58% des entreprises n’ont pas de salariés en 2012, contre 55% en 1985, mais 43% en 2000 ; noter que 5% ont plus de 10 salariés :

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| En milliers ou en % | Nombre en 2012 | % dans les entreprisesartisanales | % dans l’ensemble des entreprises | % dans les entreprises artisanales |
| 1985 | 2000 | 2009 | 2012 |
| 0 salarié | 647 | 58 | 27 | 55 | 43 | 51 | 58 |
| 1 à 2 salariés | 212 | 19 | 40 | 43 | 52 | 43 | 37 |
| 3 à 5 salariés | 134 | 12 | 45 |
| 6 à 9 salariés | 66 | 6 | 44 |
| 10 à 19 salariés | 40 | 4  | 37 | 2 | 4 | 4 | 4 |
| 20 salariés et plus | 16 | 1 | 16 | 2 | 1 | 2 | 1 |

*Lecture : en 2012, les sans salarié sont 647 000, et représentent 58% des entreprises artisanales ou 27% de l’ensemble des entreprises françaises sans salarié ; en 1985, les sans salariés étaient 55% des entreprises artisanale et en 2000, 43%.*

Alors qu’en 1985, 88% des entreprises artisanales étaient des personnes physiques, en 2012, elles ne sont plus que 54% (dont les autoentrepreneurs) ; 11% sont des EURL et 35% d’autres formes sociétales (dont des SARL).

En termes de création d’entreprise, 30% sont le fait d’entreprises artisanales (173 235 en 2013) ; les autoentrepreneurs sont 48,5% au sein des créations 2013 ; ils étaient 62% en 2012.

En 2010, parmi les non autoentrepreneurs, 21% étaient des femmes (33% parmi les autoentrepreneurs) ; 32% étaient de niveau CAP/BEP (contre 47% les artisans en activité) et 26% issus de l’enseignement supérieur.

36% venaient du chômage, 33% du salariat et 21% étaient déjà en activité comme chef d’entreprise. 69% exerçaient dans la même activité et 51% venaient d’une entreprise de moins de 10 salariés.

71% exercent seul, 12% avec un ou des associés, 10% avec le conjoint et 5% avec un autre membre de la famille.

Au démarrage, 46% ont réuni au plus 8 000€, 19% de 8 à 16 000€, 25% de 16 à 80 000€ et 10% plus de 80 000€.

Le rapport détaille aussi les données par grandes activité et par région, voire département

Le patrimoine des indépendants en retraite est en moyenne toujours plus important que pour les salariés, même après remboursement des dettes et transmission de capital aux enfants

*« Montant et composition du patrimoine des indépendants, avant et après le départ à la retraite », Insee, Economie et Statistique N° 472-473, 2014*

*Base : enquête Patrimoine 2010 de l’Insee,*

*L’objectif est de mieux comprendre les implications de la cessation d’activité sur la richesse de ces ménages dont le départ à la retraite s’accompagne généralement de la cession ou de la transmission d’un capital professionnel. La situation des salariés est utilisée à titre de comparaison.*

*Cette enquête fournit, une description très précise des éléments qui composent le patrimoine des ménages et de leurs montants dans la tranche des 50-75 ans. L’échantillon sélectionné est composé de 6 803 ménages, soit 14 585 individus.*

*Les ménages d’indépendants sont ceux qui comptent un indépendant, un ancien indépendant ou une personne dont l’activité secondaire est une activité d’indépendant, mais peuvent comporter un ou des salariés ; les ménages de salariés observés ne comprennent aucun indépendant.*

La composition de la population observée est la suivante :

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| En % | Salariés | Indépendants dont | Agriculteurs | Artisans | Chefs d’entreprise | Commerçants | Profession libérales |
| Actifs | 27,3 | 8,4 | 1,3 | 2,2 | 0,3 | 2,3 | 2,3 |
| En transition | 11,6 | 3,2 | 0,9 | 0,5 | 0 | 1,0 | 0,8 |
| Retraités | 42,1 | 7,6 | 2,1 | 2,1 | 0,1 | 2,2 | 1,1 |

Les trois catégories de ménages sont inégalement représentées dans la population des ménages : les salariés y sont 81% et les indépendants 19% : les indépendants sont plus nombreux en activité que les salariés (44% des indépendants contre 34% pour les salariés), notamment les libéraux (55%), suivi par les artisans (46%) et les commerçants (42%), alors que les agriculteurs ne sont que 30%.

Dans les ménages de salariés, le niveau moyen de patrimoine diffère peu entre les ménages d’actifs et les ménages de retraités ; ce n’est pas du tout le cas dans les ménages composés d’au moins un indépendant :

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| En € | Salariés | Agriculteurs | Artisans | Commerçants | Profession libérales |
| Actifs | 263 600 | 863 600 | 471 700 | 609 100 | 1 226 600 |
| En transition | 269 100 | 605 200 | 706 800 | 632 600 | 951 200 |
| Retraités | 258 500 | 385 800 | 488 200 | 701 700 | 901 600 |
| Variation retraité/actif en % | -2 | -55,3 | +3,5 | +15,2 | -26,5 |
| Cumul du patrimoine transmis  | 24 700 | 70 000 | 98 100 | 90 600 | 127 200 |
| Dont lors de la transition | 5 500 | 16 700 | 78 300 | 22 300 | 37 200 |

Les artisans comme les salariés ont un patrimoine proche en tant qu’actif et retraité, alors que les professions libérales et les agriculteurs ont connu une forte chute de leur patrimoine ; noter que l’importance de la transmission bien plus grande chez les indépendants, notamment au moment de la transition.

Le capital professionnel n’est pas entièrement converti en d’autres formes de capital (capital immobilier, capital financier) notamment, destiné à fournir un revenu.

Les agriculteurs en fin de carrière possèdent un patrimoine professionnel exploité d’environ 441 000€ contre 5 000€ pour les ménages d’agriculteurs retraités ; pour les professions libérales, on passe de 424 000€ à 29 000€ ; pour les commerçants et les artisans dont le patrimoine professionnel exploité est moindre en fin d’activité (173 000€ et 80 000€), la différence avec les jeunes retraités est, elle aussi, moindre (54 000€ pour les commerçants)

Pour tous les types d’indépendants, le capital restant dû (montant de l’endettement) est nettement plus faible dans le cas des ménages de retraités, du fait notamment de l’endettement des entreprises ; ceci suggère que la cessation d’activité s’est accompagnée d’un remboursement des emprunts du ménage, emprunts majoritairement liés au capital professionnel.

On constate, sur l’ensemble des personnes de référence pour lesquelles on connaît la profession du père (95,5%) que 34,7% ont un père indépendant : 30% chez les salariés, 90,5% chez les agriculteurs, 45% chez les artisans, 53% chez les chefs d’entreprise, 46% chez les commerçants, et 38 % pour les professions libérales.

Les indépendants transmettent à leurs enfants des compétences spécifiques à leur profession, mais aussi des capacités plus générales (travail en autonomie, aptitudes managériales) ; les indépendants de première génération, qui reçoivent moins de capital humain informel de la part de leurs parents que les indépendants de deuxième génération (dont les parents sont indépendants), compensent cette différence par plus d’éducation formelle.

La probabilité d’être indépendant est ainsi plus élevée chez les enfants d’indépendants que chez les enfants de salariés ; parmi les enfants de salariés, le fait d’avoir eu un père cadre augmente la probabilité de choisir une profession d’indépendant.

Par ailleurs, le fait d’avoir reçu un héritage ou une donation augmente le montant de la richesse de 35 à 90%.

Les patrimoines immobilier et financier des salariés sont plus élevés chez les retraités que chez les actifs alors que pour les agriculteurs, les artisans et les professions libérales, on n’observe pas de différences significatives ; pour les chefs d’entreprise et les commerçants, la situation est proche de celle que l’on observe chez les salariés (richesse immobilière pour les salariés et richesse financière pour ce type d’indépendant)

De manière inattendue, on n’observe pas de modifications majeures ni de la part de l’immobilier, ni de la part du financier dans la richesse totale des indépendants retraités ; de fait, la part des actifs professionnels dans le patrimoine des ménages indépendants actifs est assez faible (10%, au moment proche de la retraite, 3% ensuite)

.

Pérennité, défaillances

62 586 défaillances en 2013, en baisse (-0,8% au regard de 2013), notamment pour les PME de plus de 50 personnes (-21,8% entre 2013 et 2014 et -20,5% entre 2009-2013 et 2014), alors que les TPE de 1 à 2 salariés sont les seules à connaitre une situation nettement défavorable, ainsi que les entreprises de plus de 6 ans d’ancienneté

*Altares, bilan 2014 « défaillances et sauvegardes d’entreprises en France », janvier 2014*

Les liquidations directes, qui sont le fait des plus petites entreprises (96% sont des TPE), représentent 68,5% des défaillances, une proportion en baisse de 0,3 % au regard de 2013, alors que les règlements judiciaires sont en baisse de 3% ; les PME de plus de 50 salariés sont en nette baisse (-21,8%) tout comme les emplois menacés (-9%)

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2 013 | 2014 | Evol 2014/2013 | Evol2014/2009-2013 |
| Total dont | 56 861 | 63 709 | 60 557 | 60 437 | 61 278 | 63 101 | 62 586 | -0,8 | +1,2 |
| Liquidations directes | 37 961 | 42 699 | 40 454 | 40 211 | 41 305 | 43 003 | 42 874 | -0,3 | +3,2 |
| Redressements judiciaires | 18 201 | 19 614 | 18 842 | 18 807 | 18 475 | 18 465 | 18 092 | -2,0 | -4,0 |
| Sauvegardes | 699 | 1 396 | 1 261 | 1 419 | 1 498 | 1 633 | 1 620 | -0,8 | +12,4 |
| PME de > 50 sal | 456 | 666 | 472 | 515 | 562 | 565 | 442 | -21,8 | -20,5 |
| Ensemble emplois menacés | 230 500 | 257 200 | 242 500 | 247 200 | 268 400 | 269 300 | 244 400 | -9,2 | -4,9 |

Quelle situation dans chaque tranche de taille?

Les moins de 10 salariés sont 96% des défaillances ; elles sont de 57 à 80% des liquidations judiciaires directes, et à l’inverse de 20 à 43% des redressements judiciaires ; plus l’entreprise est petite, plus la liquidation directe est pratiquée

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | 2013 | 2014 | 2014/2013 |
| Nombre liquidationsdirectes | Nombre défaillancesLD et RJ | % dans défaillances LD et RJ | Nombre liquidationsdirectes | Nombre défaillancesLD et RJ | % dans défaillances LD et RJ | Evol du nombre total de défaillances | Evol du nombre de liquidations directes |
| 0 salarié et inconnu | 19 114 | 24 342 | 78,5 | 17 242 | 21 686 | 79,5 | -11,0 | -9,8 |
| 1 ou 2 sal | 13 282 | 18 386 | 72,2 | 15 583 | 21 775 | 71,6 | +18,4 | +17,3 |
| 3 à 5 sal | 5 986 | 9 472 | 63,2 | 5 846 | 9 071 | 64,4 | -4,2 | -2,3 |
| 6 à 9 sal | 2 602 | 4 633 | 56,2 | 2 437 | 4 281 | 56,9 | -7,6 | -6,3 |
| 10 à 19 sal | 1 410 | 2 820 | 50,0 | 1 267 | 2 612 | 48,5 | -7,4 | -10,1 |
| 20 à 49 sal | 499 | 1 334 | 37,4 | 403 | 1 154 | 34,9 | -13,5 | -19,2 |
| 50 à 99 sal | 64 | 296 | 21,6 | 67 | 232 | 28,9 | -21,6 | +4,7 |
| 100 sal | 46 | 185 | 24,9 | 29 | 155 | 18,7 | -16,2 | -37,0 |
| Total | 43 003 | 61 468 | 70,0 | 42 874 | 60 966 | 70,3 | -0,8 | -0,3 |

Les défaillances ont beaucoup augmenté dans les entreprises de 1-2 salarié (+18,4%), alors qu’elles diminuaient dans les autres tranches de taille, notamment pour les plus de 20 salariés (-15%), y compris dans les autres tranches de taille des TPE ; *voilà un indicateur inquiétant s’il est confirmé au cours des années à venir, dans la mesure où l’entrée dans l’emploi salarié pour ce type d’entreprise est compromis :*

Qu’’en est-il depuis 10 ans ? Là encore les fortes hausses proviennent des plus petites entreprises (entre 1 et 19 salariés), si l’on observe la situation au regard de la moyenne 2003-2007 (hausse la plus élevée, comparant avant la crise) ; elle est stabilisée, avec tendance à la baisse si l’on observe la moyenne 2009-2012, sauf pour la tranche des 1-2 salariés ; les baisses sont fortes pour les entreprises de plus de 19 salariés, sans grand décalage entre les différentes tailles, si l’on compare 2014 à la période de crise 2009-2013 :

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | MOY 2003/2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2 014 | Evol 2014/moy 2003-2007 | Evol 2014/moy2009-2013 |
| 0 salarié ou inconnu | 23 046 | 28 790 | 26 944 | 26 071 | 26 116 | 24 494 | 23 242 | 21 686 | -7,3 | -14,5 |
| 1 ou 2 salariés | 12 833 | 14 419 | 16 125 | 15 643 | 15 986 | 17 317 | 18 386 | 21 775 | +69,7 | +30,5 |
| 3 à 5 salariés | 5 847 | 6 340 | 9 467 | 8 858 | 8 441 | 9 186 | 9 472 | 9 071 | +55,1 | -0,2 |
| 6 à 9 salariés | 2 867 | 2 992 | 4 806 | 4 371 | 4 152 | 4 217 | 4 633 | 4281 | +49,3 | -3,5 |
| 10 à 19 salariés | 2 233 | 2 258 | 2 946 | 2 651 | 2 635 | 2 739 | 2 820 | 2 612 | +17,0 | -5,3 |
| 20 à 49 salariés | 1 076 | 968 | 1 475 | 1 326 | 1 271 | 1 345 | 1 334 | 1 154 | +7,2 | -14,5 |
| 50 à 99 salariés | 246 | 204 | 331 | 233 | 253 | 296 | 296 | 232 | -5,7 | -17,7 |
| 100 salariés et plus | 158 | 191 | 219 | 143 | 164 | 186 | 185 | 155 | -1,9 | -13,4 |
| Total | 48 306 | 56 162 | 62 313 | 59 296 | 59 018 | 60 543 | 61 468 | 60 966 | +26,2 | +0,7 |

Qu’en est-il au regard des anciennetés des entreprises ? 73% des cessations sont le fait d’entreprises de moins de 10 ans d’ancienneté (49% pour les moins de 5 ans), ce qui là encore n’a pas changé dans le temps.

Par contre, ce qui a changé en 2014 (au regard de la moyenne 2009-2012), c’est une hausse nettement plus marquée pour les entreprises d’au moins 5 ans d’ancienneté (entre 9 et 19%), alors qu’il y avait baisse pour les moins de 5 ans, notamment pour le moins de 3 ans (-18%) :

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | MOY 2003/2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | Evol 2014/moy 2003-2007 | Evol 2014/moy2009-2013 |
| Moins de 3 ans | 11 292 | 14 318 | 17 684 | 14 965 | 13 239 | 13 315 | 12 856 | 11 799 | +4,5 | -18,1 |
| De 3 à 5 ans | 14 093 | 17 458 | 18 910 | 18 853 | 18 843 | 18 720 | 18 357 | 17 822 | +26,5 | -4,9 |
| De 6 à 10 ans | 10 046 | 10 716 | 11 316 | 11 347 | 12 496 | 13 421 | 14 399 | 15 017 | +49,5 | +19,2 |
| De 11 à 15 ans | 5 310 | 5 427 | 5 642 | 5 387 | 5 343 | 5 521 | 5 886 | 6 245 | +17,6 | +12,4 |
| 16 ans et plus | 7 565 | 8 243 | 8 761 | 8 744 | 9 097 | 9 566 | 9 970 | 10 083 | +33,3 | +9,3 |
| Total | 48 306 | 56 162 | 62 313 | 59 296 | 59 018 | 60 543 | 61 468 | 60 966 | +26,2 | +0,7 |

Ce sont les SARL qui sont les plus nombreuses en défaillances (67%) et ont connu une forte hausse des défaillances (+42% entre la moyenne 2003/2007 et 2012, contre 26% en moyenne), mais cette situation se stabilise en 2014 au regard de la moyenne 2009-2012 (+0,7%) ; par contre les SAS et SA (9% des défaillances) subissent les hausses les plus élevées quel que soit la période observée (+112% et +62%) : les entreprises individuelles connaissent une diminution (-18,7 et - 14,2%), en lien aussi avec des créations de moins en moins nombreuses en entreprise individuelle (hors autoentrepreneur) ; parmi les entreprises individuelles, 83% sont des artisans et commerçants, 10% des professions libérales et 4% des activités agricoles :

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | MOY 2003/2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | Evol 2014/moy 2003-2007 | Evol 2014/Moy2009-2012 |
| Entreprises individuelles | 14 939 | 16 397 | 15 723 | 14 336 | 14 216 | 13 453 | 13 053 | 12 145 | -18,7 | -14,2 |
| SARL | 28 695 | 35 540 | 41 385 | 39 594 | 39 352 | 40 319 | 41 384 | 40 696 | +41,8 | +0,7 |
| SAS, SA | 2 601 | 2 281 | 2 937 | 2 655 | 3 147 | 3 711 | 4 632 | 5 521 | +112,3 | +61,6 |
| Autres | 2 072 | 1 944 | 2 268 | 2 089 | 2 303 | 2 297 | 2 399 | 2 604 | +25,7 | +14,7 |
| Total | 48 306 | 56 162 | 62 313 | 58 674 | 59 018 | 60 543 | 61 468 | 60 966 | +26,2 | +0,7 |

En termes d’activité, 3 activités sont en situation difficile et concernenyt très majoritairement une clientèle de particuliers : la coiffure et les soins du corps, la restauration et le commerce/réparation automobile

Autres secteurs très tournés vers la clientèle de particuliers, l’immobilier, le commerce de détail, la construction en situation plus que difficile en 2014 au regard de la période 2003/2007, mais plutôt stable au regard de la période plus récente (2009-2013) ; par contre les commerce agroalimentaires (boulangeries, charcuteries …) se maintiennent, aux côtés des autres services (santé, éducation et autres services aux personnes).

En ce qui concerne les activités plutôt tournées vers la clientèle d’entreprise, la situation est bien plus favorable, notamment dans le commerce de gros, l’industrie, les transports, l’informatique, et les services aux entreprises de type scientifique et technique, à l’exception des services administratifs aux entreprises qui sont en situation difficile au regard de la période 2003-2007, mais stables ensuite.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Seules les activités principales ont été prises en compte | MOY 2003/2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | % dans défaillances LD et RJ  | Evol 2014/moy 2003/2007 | Evol 2014/ moy2009-2013 |
| Commerce |
| Total dont | 18 202 | 21 469 | 23 422 | 21 966 |  23 560 | 21 495 | 22 687 | 22 160 | 36,3 | +21,7 | -2,1 |
| Commerce de détail | 6 152 | 7 452 | 8 195 | 7 903 | 8 188 | 8 220 | 8 523 | 8 386 | 13,8 | +36,3 | +2,2 |
|  La restauration | 3 715 | 4 602 | 5 005 | 4 873 | 4 987 | 5 398 | 5 703 | 6 008 | 9,9 | +61,7 | +15,7 |
| Commerce de gros et courtage | 3 768 | 3 641 | 3 863 | 3 581 | 3 357 | 3 319 | 3 322 | 3 080 | 5,1 | -18,3 | -11,7 |
| Immobilier | 1 469 | 2 270 | 2 826 | 2 357 | 2 205 | 2 472 | 2 436 | 2 544 | 5,8 | +73,2 | +3,5 |
|  Commerce et réparation auto | 1 581 | 1 639 | 1 774 | 1 654 | 1 904 | 2 086 | 2 094 | 2 142 |  3,5 | +35,5 | +12,6 |
| Construction |
| Total | 11 176 | 14 537 | 16 531 | 15 606 | 14 938 | 15 032 | 15 213 | 15 298 | 25,1 | +36,9 | -1,0 |
| Services aux entreprises |
| Total dont | 6 202 | 8 050 | 9 028 | 8 814 | 8 836 | 9 021 | 9 036 | 8 654 | 14,2 | +39,5 | -3,3 |
| Activités scientifiques, tech | 2 268 | 3 128 | 3 717 | 3 611 | 3 675 | 3 829 | 3 863 | 3 760 | 6,2 | +15,1 | 0 |
| Services administratifs  | 2 438 | 3 435 | 3 652 | 3 610 | 3 637 | 3 638 | 3 596 | 3 447 | 5,7 | +41,4 | -5,0 |
| Information, communication | 1 496 | 1 487 | 1 659 | 1 593 | 1 524 | 1 554 | 1 577 | 1 447 | 2,4 | -2,3 | -8,5 |
| Services aux particuliers |
| Total dont | 4 366 | 4 355 | 4 411 | 4 838 | 5 244 | 5 225 | 5 533 | 5 237 | 8,6 | +19,9 | +3,7 |
| Coiffure, soins de beauté | 743 | 1 038 | 1 230 | 1 324 | 1 335 | 1 556 | 1 737 | 1 683 | 2,8 | +126,5 | +17,2 |
| Autres services\* | 3 623 | 3 317 | 3 181 | 3 514 | 3 909 | 3 825 | 3 796 | 3 554 | 5,8 | -2,0 | -2,5 |
| Industrie |
| Total hors IAA | 3 812 | 3 227 | 4 050 | 3 344 | 3 077 | 3 041 | 2 986 | 2 853 | 4,7 | -15,2 | -13,5 |
| Transports |
| Total dont  | 1 813 | 1 697 | 2 026 | 1 939 | 1 783 | 1 968 | 1 937 | 1 762 | 2,9 | -2,8 | -8,8 |
| Transports routiers | 1 373 | 1 282 | 1 550 | 1 474 | 1363 | 1 493 | 1 458 | 1 324 | 2,2 | -3,6 | -9,8 |
| Total |
|  | 48 306 | 56 162 | 62 313 | 59 296 | 59 018 | 60 543 | 61 468 | 60 966 | 100 | +26,2 | +0,7 |

\*Dont santé/éducation, activités récréatives, réparation…

Enfin en ce qui concerne les régions, 3 régions connaissent les situations les plus difficiles, l’Alsace (2014 a fortement progressé en défaillances), la Corse et la Haute-Normandie : 8 autres en situation difficile en 2014 au regard de 2003-2007, connaissent une tendance défavorable, mais modérée au regard de 2009-2013.

Par contre les 11 autres régions et l’outre-mer ont une situation stable, avec tendance à la baisse pour la période 2014 comparée à 2009-2013 ; la situation 2014 au regard de 2003-2007, accuse une hausse des défaillances plutôt inférieure à la moyenne toutes régions.

Noter la situation très stable de l’Ile-de-France pour les deux périodes de comparaison.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | MOY 2003/2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | Evol 2014/moy 2003-2007 | Evol 2014/moy2009-2013 |
| Régions dont les hausses des défaillances 2014 sont supérieures pour les deux périodes considérées |
| Alsace | 1 274 | 1 427 | 1 858 | 1 561 | 1 652 | 1 660 | 1 597 | 1 876 | +47,3 | +13,2 |
| Corse | 262 | 320 | 355 | 326 | 293 | 322 | 356 | 366 | +39,7 | +10,9 |
| Haute-Normandie | 953 | 1 130 | 1 288 | 1 354 | 1 340 | 1 371 | 1 549 | 1 529 | +60,4 | +10,8 |
| Basse-Normandie | 819 | 947 | 1 178 | 1 112 | 1 171 | 1 195 | 1 131 | 1 222 | +49,2 | +5,6 |
| Poitou-Charentes | 1 123 | 1 367 | 1 632 | 1 440 | 1 521 | 1 542 | 1 601 | 1 629 | +45,1 | +5,3 |
| Champagne-Arden | 816 | 895 | 994 | 1 009 | 913 | 1 065 | 1 084 | 1 061 | +30,0 | +4,7 |
| Auvergne | 929 | 849 | 935 | 846 | 822 | 938 | 1 011 | 948 | +16,2 | +4,2 |
| Pays de Loire | 1 801 | 2 347 | 2 771 | 2 680 | 2 709 | 2 735 | 3 032 | 2 894 | +60,7 | +3,9 |
| Rhône-Alpes | 4 659 | 5 452 | 6 627 | 6 113 | 5 903 | 6 287 | 6 583 | 6 543 | +40,4 | +3,8 |
| Bretagne | 1 776 | 2 325 | 2 752 | 2 507 | 2 640 | 2 569 | 2 719 | 2 723 | +53,3 | +3,3 |
| Nord-Pas-de-Calais | 2 560 | 2 986 | 3 318 | 3 391 | 3 273 | 3 396 | 3 588 | 3 482 | +36,0 | +2,6 |
| Régions dont les hausses des défaillances 2014 sont inférieures pour la période 2013-2014 |
| Paca | 5 271 | 5 920 | 6 567 | 6 210 | 6 158 | 6 212 | 6 260 | 6 266 | +19,9 | -0,2 |
| Aquitaine | 2 540 | 3 229 | 3 351 | 3 178 | 3 145 | 3 238 | 3 390 | 3 205 | +26,2 | -1,3 |
| Languedoc R | 2 506 | 2 916 | 3 245 | 3 269 | 3 198 | 3 354 | 3 342 | 3 239 | +29,2 | -1,3 |
| Picardie | 1 053 | 1 168 | 1 327 | 1 382 | 1 525 | 1 713 | 1 487 | 1460 | +38,7 | -1,8 |
| Franche-Comté | 817 | 993 | 1 075 | 915 | 982 | 995 | 1 049 | 964 | +18,0 | -1,9 |
| Bourgogne | 1 054 | 1 240 | 1 347 | 1 279 | 1 272 | 1 420 | 1 394 | 1 315 | +24,8 | -2,0 |
| Ile de France | 11 478 | 11 957 | 12 806 | 12 112 | 11 513 | 11 420 | 11 535 | 11 620 | +1,2 | -2,2 |
| Centre | 1 605 | 1 914 | 2 097 | 2 005 | 2 154 | 2 222 | 2 277 | 2 089 | +30,2 | -2,8 |
| Limousin | 517 | 666 | 721 | 624 | 680 | 703 | 674 | 648 | +25,3 | -4,7 |
| Lorraine | 1 594 | 1 988 | 2 006 | 2 076 | 2 014 | 2 059  | 1 889 | 1 886 | +18,3 | -6,1 |
| Dom et étranger | 1 089 | 1 711 | 1 513 | 1 340 | 1 558 | 1 541 | 1 175 | 1 321 | +21,3 | -7,3 |
|  |
| Toutes régions | 48 306 | 56 162 | 62 313 | 59 296 | 59 018 | 60 543 | 61 468 | 60966 | +26,2 | +-0,7 |

Conjoncture

L’exercice 2014 se révèle meilleur que 2013, en particulier chez les PME innovantes et exportatrices ; de même dans le tourisme, l’industrie et les transports, mais la construction fait figure d’exception ; le sentiment général reste cependant très dégradé, notamment la situation de trésorerie.

*« PME : 60éme enquête de conjoncture », Bpifrance, janvier*

*29 000 entreprises des secteurs marchands non agricoles, de 1 à moins de 250 salariés et réalisant moins de 50 M€ de chiffre d’affaires, ont été interrogées début novembre 2014 ; l’analyse porte sur les 4 631 premières réponses jugées complètes et fiables reçues avant le 2 décembre 2014.*

*Par taille : 44% de 1 à 10 salariés, 24% de 10 à 19 salariés, 22% de 20 à 49 salariés, 10% au-delà*

*Activité ; services 29%, industrie 26%, commerce 21%, construction 14%, tourisme 5% et transports 5% 35% sont innovantes et 23% exportatrices.*

L’amélioration entrevue pour l’année 2014 au mois de mai dernier par les dirigeants de PME se révèle, lors de l’interrogation de novembre, moins bonne que prévue.

En parallèle, l’évolution des effectifs a globalement ralenti par rapport au premier semestre 2014 : dans les secteurs du commerce, du tourisme et des services, l’indicateur relatif aux effectifs s’est redressé au second semestre ; de fait, selon une récente estimation, les entreprises ont récupéré plus de 5 Md€ de CICE en 2014 au titre de leur masse salariale 2013 (les PME représentant plus de 40 % de l’assiette).

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Evolution 2014/2013 | Ensemble | Tourisme | Industrie | Transports | Commerce | Services | Construction |
| Chiffre d’affaires | +5 | +12 | +10 | +8 | +3 | +2 | -6 |
| Effectifs | +3 | +6 | +4 | -1 | +5 | +6 | -3 |

Les PME anticipent une nouvelle mais modeste amélioration pour l’année 2015. L’amélioration est nette chez les PME fortement exportatrices (hausse de 6 points de l’indicateur prévisionnel par rapport à fin 2013) ; les PME des services sont également un peu plus confiantes (+5 points) ; de même pour les moins de 10 salariés (+5 points) ; les PME de la construction restent toujours fortement pessimistes.

Où en sont les PME par rapport à la situation avant la crise ? L’analyse de l’évolution des soldes d’opinion sur ces 6 dernières années montrent que, quels que soient la taille, le secteur, la propension à exporter ou à innover, les PME n’ont globalement pas retrouvé le rythme de croissance d’avant la crise ; pourtant, certaines PME sont, à fin 2014, plus ou moins proches de ce niveau (les transports et l’industrie), d’autres éloignées (le tourisme et la construction).

L’investissement dans les PME s’évalue selon deux critères : la décision ou non d’engager l’investissement au cours de l’année et les montants engagés.

48% des PME ont investi en 2014 comme en 2013, mais cette évolution diffère selon la taille : les moins de 10 salariés les moins nombreuses à investir (35% après 37%), contrairement aux plus de 10 salariés (59 % en 2014 après 58%) ; l’investissement est important dans les transports (68%) le tourisme (52%) mais recule dans les services (41% après 46%), et la construction (46% au plus bas).

Les parts de l’investissement matériel et immatériel dans les dépenses totales ont progressé en 2014 (respectivement 62% et 9%, après 59% et 6% en 2013), alors que la part de l’investissement immobilier est en recul (29% après 35% en 2013).

Ces investissements ont été financés un peu plus par recours au crédit (prêt classique ou crédit-bail), avec 61% des plans de financement, la part de l’autofinancement reculant à 39% (42% en 2013)

Le principal frein reste toujours la faible demande (70% contre 59% en 2006), mais aussi la rentabilité (55 contre 48%), la concurrence (48 contre 43%), les fonds propres (41 contre 38%) ; peu l’endettement (25%) et le coût du crédit (12%).

L’opinion sur la situation de trésorerie s’est légèrement redressé en 2014, l’amélioration la plus nette sur un an concernant le tourisme, le commerce, les services et les transports, (premiers effets du CICE ?). Cette amélioration, reste cependant relative à une fin d’année 2013 où les difficultés de trésorerie des PME étaient exacerbées ; la situation fin 2014 reste ainsi équivalente à la situation de fin 2009.

Les prévisions de croissance de l’activité des PME pour 2014 ont été revues à la baisse dans l’ensemble des régions par rapport à la prévision réalisée en mai dernier. Elles sont néanmoins meilleures que celles de l’exercice 2013 hormis dans les régions Poitou-Charentes et Midi-Pyrénées.

En niveau, l’activité est en moyenne stable voire en légère augmentation dans cinq régions : Franche-Comté, Pays de la Loire, Bretagne, Rhône-Alpes et Ile-de-France.

L’évolution des effectifs est de +8% en Rhône-Alpes, +6% en Ile-de-France et +3%en Paca.

Les soldes d’opinion (part des entreprises anticipant une hausse - part des entreprises anticipant une baisse) au fil des années sont les suivantes ; noter les opinions toujours moins favorables des moins de 10 salariés, au regard des plus de 10 salariés :

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | Chiffre d’affaires | Effectif | Investissement |
| Activité passée |
|  | 2004 /2013 | 2013 | 2014 | 2004 /2013 | 2013 | 2014 | 2004 /2013 | 2013 | 2014 |
| Toutes entreprises | +13 | -8 | -4 | +5 | -3 | +1 | -6 | -9 | -8 |
| Moins de 10 salariés | +2 | -18 | -16 | -3 | -9 | -7 | -9 | -12 | -16 |
| De 10 à 249 salariés | +22 | -1 | +5 | +10 | +3 | +7 | -3 | -5 | -1 |
| Prévisions |
|  | 2004 /2013 | 2013 | 2014 | 2004 /2013 | 2013 | 2014 | 2004 /2013 | 2013 | 2014 |
| Toutes entreprises | +11 | -3 | 0 | +8 | -1 | 0 | +14 | +10 | +10 |
| Moins de 10 salariés | +3 | -14 | -9 | +5 | -4 | -4 | +15 | +10 | +11 |
| De 10 à 249 salariés | +18 | +6 | +8 | +10 | +3 | +4 | +14 | +11 | +10 |

Développement des entreprises

L’enquête annuelle autour de la franchise conforte l’intérêt de cette formule

*« Synthèse 2014, Enquête annuelle de la franchise », BPCE en partenariat avec la Fédération de la Franchise, avec la participation de CSA et de l’Express*

*Le panel : 405 entretiens téléphoniques de franchisés entre le 5 et le 17 juin 2014 et 200 de franchiseurs entre le 5 et le 27 juin, avec redressement des résultats sur les variables (secteur d’activité, région, nombre de points de vente pour les franchiseurs et date de création de l’entreprise pour les franchisés).*

*Grand public : 1012 personnes de plus de 18 ans, représentatives de la population française, interrogées par l’omnibus téléphonique CSA les 1er et 2 juillet 2014.*

Les candidats à la franchise :

- 41% des français qui souhaiteraient créée leur entreprise sont intéressés par la franchise ; leurs motivations reposent sur le fait de bénéficier d‘accompagnement et de moyens (35%), de limiter les risques financiers et de bénéficier de la notoriété de la marque (30% contre 24% dans l’enquête 2013), de bénéficier d’un rentabilité garantie (21%) et de réorienter leur carrière professionnelle (19% contre 11% dans l’enquête 2013), des motivations qui seront aussi celle des franchisés.

- Du côté des franchisés, notons que 51% ont ouvert leur premier point de vente entre 18 et 34 ans (âge moyen de 34 ans). Les trois-quarts des franchisés sont restés dans leur département ou leur région de résidence (76%).

70% exerçaient auparavant une activité professionnelle salariée (81% chez les 35-49 ans) et 18% étaient à leur compte (30% chez les 50-64 ans) et seulement 8% sans activité.

L’étude de la rentabilité de l’enseigne (77%), celle de l’antériorité du réseau (68%), la satisfaction des franchisés du réseau (63%), la déontologie de l’enseigne (58%), l’existence de magasins pilotes (39%) sont les informations les plus recherchés par les postulants à la franchise. Noter que 4 sur 10 ont consulté plusieurs réseaux avant leur prise de décision (en moyenne 2,3)

69% déclarent avoir sollicité l’avis d’un expert avant de choisir leur réseau, l’expert-comptable étant le plus consulté (48%), avant l’expertise du franchiseur (41%), la banque (26%), et les avocats/juristes (22%).

- Du côté franchiseurs, 62% disent que le profil et les motivations des nouveaux franchisés ont évolué ces dernières années : ils sont plus professionnels, motivés, participatifs, avec l’envie grandissante d’appartenir à un réseau (17% contre 9 en 2013).

* Le profil plus développé des franchisés en activité :

40% sont des femmes

49% ont de 35 à 49 ans, 38% 50 ans et plus et 13% moins de 35 ans (sans grand changement depuis 2011)

51% sont issus de l’enseignement supérieur (dont bac+2 et 3, 38% et au-delà 13%), et 26% de l’enseignement technique secondaire (CAP, bac pro et techno).

49% exercent en franchise depuis 10 ans au moins, 25% de 6 à 9 ans, 26% 5 ans et moins.

77% sont en couple, mais seulement 29% des conjoints travaillent dans l’affaire et 17% aident sans être rémunérés.

51% des installations en franchise se font dans des agglomérations de moins de 25 000 habitants (42% en 2013) avec un tiers des installations dans des villes de 5 000 à 25 000 habitants.

Les locaux commerciaux avec pignon sur rue sont la cible privilégiée d’implantation (87%), dont 54% en centre-ville, 19% en périphérie et 11% dans des locaux sans pignon sur rue dont les loyers sont attractifs.

Les trois quarts des franchisés exploitent un seul point de vente et 84% une seule enseigne ; cependant, les franchisés de plus de 10 ans d’ancienneté sont 30% à exploiter au moins 2 points de vente sous la même enseigne ; noter que 15% exploitent un ou plusieurs points de vente dans une autre enseigne.

Le revenu annuel moyen net est stable (32 876€ contre 32 700€ en 2013), mais 33% ont un revenu inférieur à 20 000€, 43% un revenu compris entre 20 000 et 40 000€, et 24% un revenu supérieur. Ce revenu provient à 88% de l’activité (87% en 2013) et 9% d’un versement de dividendes. Les franchisés considèrent à 47% qu’ils gagnent mieux leur vie qu’un salarié et à 54% mieux qu’un commerçant isolé.

45% des franchisés déclarent employer entre 2 et 5 salariés équivalent temps plein (27% 2 et 3 personnes, 18% 4 et 5 personnes) et 32% 6 personnes et plus (dont 16%, 10 et plus) et 23% une seule personne ; le nombre moyen est de 6 par franchisé (5,3 en 2013).

*Dans le rapport, on ne sait pas comment sont comptabilisés les dirigeants et les conjoi*nts.

24% expriment leur intention d’investir dans un autre point de vente (dont 4 dans un autre réseau), en nette diminution au regard de 2012 (29% en 2013 et 38% en 2012).

Chez les franchisés installés depuis plus de 5 ans, un sur deux a réalisé des investissements au cours des deux dernières années, notamment dans l’aménagement des locaux (73%) ou l’achat de matériel (72%), dans les nouvelles technologies (33%), dans des outils de communication (28%) ; les montants ont été de moins de 50K€ (29%), de 50 à 200K€ (20%) et 16% pour plus de 200K€.

* Les franchiseurs

1 719 réseaux de franchise actifs, dont 45% relèvent du secteur du commerce (alimentaire, équipement de la personne, équipement de la maison…) et 55% des services (automobile, bâtiment, services divers aux personnes et aux entreprises, hôtellerie et restauration).

L’ancienneté moyenne des enseignes est de 18 ans (22 ans en 2013), 23% ayant au plus 5 ans, 26% de 6 à 11 ans, 21% de 12 à 20 ans et 29% plus de 20 ans ; cette ancienneté est plus importante que celle du réseau de franchise (en moyenne 11 ans) dont 46% 5 ans au plus, 26% de 6 à 11 ans, 13% de 12 à 20 ans et 16% plus de 20 ans.

77% des franchiseurs sont propriétaires depuis la fondation du réseau, 15% ont racheté un réseau.

Dans trois quarts des cas, le franchiseur se concentre sur le développement d’une seule enseigne. 92% des enseignes sont d’origine française.

Les contrats de franchise les plus couramment utilisés sont d’une durée de 5 ans (47% en progression de 7 points) et d’une durée de 7 ans (30%) ; la moyenne s’établit en 2014 à 5,9 années au même niveau que 2012 (6,4 années en 2013).

* Le chiffre d’affaires annuel,

- généré par les franchiseurs : pour 55%, il est inférieur à 10M€.

- Le chiffre d’affaires annuel cumulé avec celui des franchisés : 48% des réseaux génèrent un chiffre d’affaires inférieur à 10M€ (51% en 2013), dont 67% sont des réseaux de moins de 6 ans.

- 36% des franchisés déclarent un chiffre d’affaires en progression en 2014 (40% en 2013 et 47% en 2012) et 24% un chiffre d’affaires stable.

* Les facteurs-clés de réussite des réseaux

«La pertinence et la qualité du concept» avec 70%, la qualité de la relation franchiseur-franchisé (61%) et la qualité des franchisés (41%), la qualité de l’implantation (27% en recul de 10 points mais 40% pour les activités de commerce) ; les «aptitudes stratégiques du franchiseur», la «pertinence des services» apportés obtiennent 27% et le marché 24%.

Les franchiseurs citent comme difficulté à développer leur franchise le financement des franchisés (62%), la rareté des implantations et leur coût (51% mais 74 pour les commerces), la qualité des franchisés (43%), la difficulté à recruter (35%), et loin derrière les normes et la réglementation (21%).

Entre juillet 2013 et juillet 2014, les franchiseurs ont créé en moyenne 7 nouveaux points de vente, (niveau très stable), pour 1,1 fermeture : aucun point de vente nouveau (10%), 1 (16%), 2 ou 3 (25%), 4-5 (16%), 6 et plus (30%).

9 sur 10 prévoient de se développer et un tiers créer 10 points de vente ou plus dans les 12 prochains mois.

Préconisations des franchiseurs et réponse des franchisés :

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Nouveaux produits et services | Ouverture nouveauxpoints de vente | Nouvelles technologies | Stratégiemulticanal | Economied’énergie |
| Préconisations franchiseurs | 75 | 57 | 56 | 42 | 30 |
| Réponses franchisés | 67 | 43 | 46 | 37 | 26 |

Les réseaux privilégient encore cette année le renforcement de leur communication (85%), l’ouverture de nouvelles succursales (63%), l’investissement dans de nouvelles technologies (49%), le développement à l’international (47%)

Parmi les nombreux outils de recrutement utilisés par les franchiseurs, internet a pris une place prépondérante, tant grâce au site propre de l’enseigne (25%) qu’à d’autres sites internet (74% au total), devant la presse professionnelle (44%) et les salons (34%)

Le recrutement de franchisés parmi les salariés reste un mode de recrutement privilégié dans 45% des réseaux ; le taux moyen de candidat retenu dans le processus de recrutement s’élève à 24%.

83% des franchisés déclarent en 2014 que la formation initiale les a bien préparé à l’activité ; cette formation est également suivie à 92% par les salariés du franchisé, en progression (84% en 2013 et 77% en 2012) ; les franchisés évaluent à 70 jours la durée moyenne de leur formation initiale (56 jours en 2011). Celles-ci concernent les normes et réglementations (61%), les méthodes de travail (57%), les techniques de vente (55%), les produits et services (54%), les outils informatiques (48%).

88% ont bénéficié d’une formation en salle avec un formateur, 33% directement sur le lieu de travail ou en situation de travail et 21% un coaching individualisé ; 48% ont suivi une formation en e-learning (+14 points par rapport à 2013).

78% des franchiseurs ont proposé une formation continue ; dans 60% des réseaux, le personnel des franchisés a également suivi une formation continue, avec une durée moyenne de 39 jours (contre 28 jours en 2013 et 14 en 2012).

81% ont mis en place des commissions et groupes de travail (45% des franchisés y participent), 80% des conventions/congrès (73% des franchisés y participent et 67% aux réunions de secteur), 66% un intranet, 60% des journaux internes, 46% un outil de dialogue et d’animation et 11% une association de franchisés

89% des franchisés ont reçu la visite d’un animateur, soit à l’ouverture, soit dans le cadre de visites régulières (81% un accompagnement à l’ouverture, 71% des visites régulières) ; 75% des franchisés déclarent que les animateurs répondent à leurs attentes ; pour ceux qui estiment la réponse peu appropriée à leurs besoins, c’est du fait de la rareté de leur visite et le manque de suivi dans les moments difficiles.

Les franchiseurs répondent à 62% avoir renforcé les mesures d’accompagnement, une démarche perçue par 51% des franchisés (31% beaucoup renforcé).

74% des franchiseurs ont fait évoluer leur concept, ce qui confirmé par 72% des franchisés.

Pour les franchiseurs, leur site internet permet en premier lieu de valoriser la marque (enseigne et gamme de produits), et de communiquer la localisation des points de vente, en second lieu de recruter des franchisés, en troisième lieu de fidéliser les clients et vendre, peu de concourir au dialogue avec les franchisés.

82% ont intégrés les réseaux sociaux dans leur stratégie de communication (76% en 2013 et 2012 et

65% en 2011). Parallèlement, 35% des franchisés utilisent ces outils pour faire connaître l’actualité de leur point de vente (51% chez les franchisés entre 18 et 34 ans dans le domaine des services). 29% organisent des événements via les réseaux sociaux et un sur cinq twitte régulièrement sur l’actualité de son point de vente.

Pour 75% des réseaux, les ventes sont enregistrées sur le site du franchiseur ; toutefois, dans 42% des cas (+8 points), le franchisé conserve la relation commerciale avec les clients internautes de son territoire et dans 18% des cas, le franchiseur reste détenteur de la relation commerciale, mais verse une rétribution au franchisé concerné (- 5points) ; dans 4% des cas, la globalité de la transaction est gérée par le franchiseur et le franchisé ne touche rien (en recul de 8 points).

53% des franchiseurs ont mis en place une stratégie multicanal (contre 43% en 2013 et 37% en 2012) : vente sur internet 87% (-4 points), vente via une application Smartphone 40% (+6 points), et vente par correspondance sur catalogue 9% (-8 points)

61% des franchisés proposent une carte de fidélité (42% une carte commune à l’ensemble du réseau).

En moyenne, les franchisés envisagent de céder ou transmettre leur entreprise dans 10,1 ans (9,5 ans en 2013, 9,3 ans en 2012) ; un tiers des franchisés envisagent de céder ou transmettre leur entreprise d’ici à 5 ans, cela concerne 48% des 50-64ans.

63% des franchisés se sentent mieux armés qu’un commerçant isolé pour transmettre leur entreprise.

Les motivations qui inciteraient un franchisé à céder son entreprise dans moins de 5 ans sont l’opportunité financière (66%), le départ à la retraite/arrêt de l’activité (44%), la possibilité de changer d’activité (34%).

Les principaux successeurs envisagés sont pour les 2/3 au sein de la franchise (un salarié, un nouveau franchisé ou un franchisé en activité, voire le franchiseur).

La création de l’entreprise en franchise a couté moins de 200 K€ dans près des deux tiers des cas ; le niveau des ressources personnelles allouées au projet de création est stable à 42% ; pour 38% des franchisés, le financement bancaire obtenu est supérieur à 200 K€, alors qu’il est inférieur à 50 K€ pour un franchisé sur quatre. 23% des franchisés ont effectué des démarches particulières pour obtenir une aide financière auprès d’un organisme public (BPI notamment) et 15% (+8 points) ont obtenu l’une de ces aides financières.

62% des franchisés déclarent qu’être franchisé a joué en leur faveur dans l’octroi de leur crédit.

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| En % | Moins de 50K€ | De 50 à 100K€ | De 100 à 200K€ | De 200 à 600K€ | Plus de 600K€ | Total |
| Cout de la franchise\* | 31 | 17 | 15 | 20 | 14 | 100 |
| Obtention de crédit bancaire | 25 | 17 | 21 | 23 | 15 | 100 |

\*question posée aux franchisés de plus de 5 ans

Un franchisé sur quatre est client de la Banque Populaire (première position en taux de pénétration), avec une notation de 6,3, la Banque Populaire faisant partie du trio de tête des banques ayant la meilleure notation. Le taux de mono bancarisation des franchisés se maintient à 71%.

L’antériorité de la relation (33%), la proximité de l’agence (29%) sont les deux principales raisons du choix d’une banque par le franchisé, suivies par l’octroi du financement (26%) et la proposition d’une offre correspondant aux besoins (22%).

64% des franchiseurs recommandent une banque à leurs franchisés, dont 45% la Banque Populaire.

Pour 78% des franchiseurs multi bancarisés, la Banque Populaire est la banque qui répond au mieux aux attentes de leurs franchisés dans la réalisation de leurs projets.

Le niveau d’optimisme reste très élevé, tant chez les franchisés (pour 67%), que chez les franchiseurs (95%), un optimisme qui s’explique principalement par la confiance qu’ils ont dans leur activité :

- Pour les franchiseurs la qualité humaine du réseau est le premier facteur d’optimisme (68%, +5 points), au même niveau que la qualité et l’évolution du concept (64%, +4points) ainsi que le développement en France et à l’étranger (49%, -11 points)

- 80% des franchisés souhaitent poursuivre leur activité au sein du réseau au terme de leur contrat de franchise, un chiffre stable depuis 4 ans (77% en 2013, 79% en 2012, 81% en 2011) ; 24% ont l’intention de créer un autre point de vente (29% en 2013 et 39% 2012).

Les ETI ont créé près de 87 411 emplois nets entre 2009 et 2014, alors que les grandes entreprises en ont supprimé 53 247 ; les PME en ont créé 19 007 alors que les TPE en perdaient 1 464 ; 30% des emplois créés dans l’économie le sont par les ETI.

 *« Evolution de l’emploi et de l’investissement dans les ETI 2009-2014 », ASMEP-ETI et trendeo*

En 2014, le niveau d’investissement dans les ETI est similaire à celui des grandes entreprises

La différence entre les ETI et les grandes entreprises réside dans le comportement de création d’emplois : le rebond est bien plus fort dans les ETI : en 2010, le niveau des créations d’emplois a augmenté de 67%, alors que celui des grandes entreprises n’a augmenté que de 14%.

**Rappelons que les ETI sont un peu plus présentes dans les services que dans l’industrie**. Or l’industrie a été plus touchée par la crise que par les services ; ceci étant même au sein de l’industrie, les ETI sont plus performantes puisque le rebond des ETI en 2010 dépasse celui des grandes entreprises de 21% dans l’industrie manufacturière

On doit toutefois noter une **décroissance régulière des montants investis**, tant pour les ETI que pour les grandes entreprises, depuis 2009 ; cette baisse est beaucoup plus forte pour les grandes entreprises (baisse de 50% de la moyenne trimestrielle des montants investis, entre 2009 et 2014), que pour les ETI (baisse de 23% seulement).

Les données sur les PME montrent que le montant de leur investissement est également proche de celui des ETI. **Sur l’année 2014, les estimations montrent que l’investissement cumulé des ETI et des PME est supérieur de 50% à celui des grandes entreprises.**

Financement, aides financières publiques

11% des français connaissent bien le crowdfunding ; 7% y ont contribué financièrement. 26% des dirigeants connaissent bien ce système et 3% y ont eu recours

*« Les français, leurs entrepreneurs et le crowdfunding »,*

*« Sondage réalisé par l’Institut Think pour LENDOPOLIS et le Conseil Supérieur de l’Ordre des Experts-Comptables à l’occasion du 22ème Salon des Entrepreneurs de Paris ».*

*L’échantillon des français interrogés comporte 1016 Français, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus, redressé selon la méthode des quotas interrogés en ligne sous système CAWI entre le 9 et le 15 décembre 2014.*

*Celui relatif aux dirigeants d’entreprise comporte un échantillon de 317 dirigeants de TPE-PME françaises (hors autoentrepreneurs), avec un sur-échantillon de 156 dirigeants ayant + de 2 salariés et +2 ans d’ancienneté, redressé selon la méthode des quotas afin d’être représentatif des TPE-PME françaises, selon les variables de quotas (secteur d’activité, région et taille salariale), interrogé entre le 9 et le 15 décembre 2014, en ligne sous système CAWI.*

* Le sondage consacré aux français

A la question sur le crowdfunding, 11% ont répondu « je connais bien en quoi cela consiste », 12% « je connais assez bien », 30% « je connais vaguement », 14% « juste de nom » et 33% « jamais entendu parlé ».

La question explicitait au préalable ce qu’il fallait entendre par crowdfinding : « les plateformes de crowdfunding (ou de financement participatif) offrent la possibilité aux particuliers de soutenir financièrement en ligne des projets (personnels, culturels, artistiques, associatifs, entreprises, start-ups à fort potentiel…) sous forme de dons, de prises de participation ou de prêts. »

Plus précisément, les français ont pour image du crowdfunding et intention d’y apporter de l’argent :

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| En % | Soutien d’une entreprise de proximité | Lancement d’uneInnovation créatrice | CréationProduit nouveau | Projet caritatifSocial, solidaire | Développement d’un Business à forte croissance | Cela peut me rapporter de l’argent |
| Image | 73 | 68 | 68 | 66 | 65 | 56 |
| Intention d’apporter de l’argent | 53 | 42 | 43 | 46 | 43 | 39 |

7% ont déjà contribué financièrement (dont 14% les moins de 35 ans, 12% les CSP+, 11% les habitants de la région parisienne)

10% seraient certainement disposés à prêter ou investir de l’argent demain sur une plateforme de prêts rémunérés (avec taux d’intérêts compris entre 4% et 10%), et 37% probablement.

Dans ce cas, 51% seraient prêts à investir de 100 à 1 000€ par an, 28% entre 1 000 et 5 000€, 6% entre 5 et 10 000€ et 6% davantage.

A l’aide de quelles expertises - internes ou externes à une plateforme de crowdfunding - seriez-vous davantage enclin à y prêter ou investir de l’argent ?

- 21% Une compagnie d'assurance partenaire de la plateforme, car elle est capable de couvrir les risques de défaillance des entreprises présentes sur la plateforme

- 20% les experts-comptables des entreprises présentes sur la plateforme, car ils attestent les comptes des entreprises présentes sur la plateforme

- 18% un analyste financier travaillant pour la plateforme car c'est en premier lieu à lui de juger et limiter le risque pour chaque entreprise présente sur la plateforme

-18% un réseau d'appui ou d'accompagnement lié aux entreprises présentes sur la plateforme, car il est capable de conseiller les entreprises présentes sur la plateforme vers la réussite de leur projet

-14% mon gestionnaire de patrimoine car c'est son métier de me conseiller sur mes investissements

* Le sondage consacré aux chefs d’entreprise (question posée à tous les dirigeants, sauf la dernière)

26% disent bien connaitre le crowfunding, 15% le connaitre assez bien, et 26% le connaitre vaguement.

Les avantages seraient à leur sens :

-Pour 58% la possibilité de financer des projets pour lesquels on observe une réticence de la part des acteurs bancaires classiques (du fait des caractéristiques de l'entreprise ou de l'opération à financer)

- Pour 36% l'absence d'exigence de garantie ou de caution personnelle

- Pour 23%, la visibilité et le bénéfice en termes de communication

- Pour 18%, la transparence et la visibilité en termes de coût offert par le système

« Quels seraient selon vous les principales contraintes à avoir recours à une plateforme de crowdfunding pour votre entreprise ? »

- 46% la multitude d'actionnaires à qui rendre des comptes régulièrement (dans le cas des plateformes de prises de participation)

- 45% le fait de dévoiler mon projet de développement sur la place publique avant sa mise en chantier

- 28% le devoir de reporting réguliers vis-à-vis des particuliers qui ont soutenu mon projet d'entreprise

- 9% le remboursement mensuel aux prêteurs (dans le cas des plateformes de prêts rémunérés)

**3% ont déjà eu recours** (notamment 8% les plus de 2 salariés et les plus de 2 ans d’ancienneté, et l’industrie).

**« Quels types d’opérations pourriez-vous faire financer sur une plateforme de crowdfunding** ? » (tous les dirigeants sont interrogés)

- 38% le financement d'investissement matériel

- 30% le financement du développement d'activité (recrutement, renfort commercial & marketing, internationalisation, innovation, R&D)

- 22% le financement d’une croissance externe (acquisition)

- 17% La croissance du besoin en fonds de roulement

- 11% Un besoin de trésorerie de court-terme

- 6% le financement d’actif immatériel

Mais 25% ne savent pas

**« A l’aide de quelles expertises - internes ou externes à une plateforme de crowdfunding - seriez-vous davantage enclin à y collecter des fonds ? »**

- 45% les experts-comptables, car ils attestent les comptes de mon entreprise et savent dire si le crowdfunding peut répondre à aux besoins en financements

-27% un analyste financier travaillant pour la plateforme car « c'est en premier lieu à lui de juger ma candidature et d’accompagner ma collecte dans les meilleures conditions »

-21% un réseau d'appui ou d'accompagnement « pour mon entreprise car il est capable de guider mon entreprise vers la réussite de mon projet »

-16% une compagnie d'assurance partenaire de la plateforme « car elle est capable de rembourser les particuliers en cas de défaillance de mon projet »

« Seriez-vous prêt à financer, en intégralité ou en partie, le développement de votre entreprise demain sur une plateforme de prêts rémunérés (avec taux d’intérêts compris entre 4% et 10%) ? »

15% oui certainement et 18% probablement

Pour ces derniers 33%, quels montants souhaiteraient-ils collecter sur une année ?

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Moins de 25K€ | De 25 à 50K€ | De 50 à 100K€ | DE 100 à 300K€ | Plus de 300K€ | NSP |
| En % | 25 | 17 | 23 | 13 | 7 | 12 |

Les entreprises accompagnées en capital investissement ont une croissance et un taux de survie meilleurs que les autres

*« Capital investissement : bpifrance revient sur 20 ans d’histoire et annonce viser la consolidation du secteur », BPI communiqué de presse du 24 novembre*

Le lancement du programme PME de la Caisse des Dépôts et Consignations date de 1994 ; les fonds gérés par des sociétés de gestion ‘’autonomes’’ sont aujourd’hui la majorité, par distinction avec des fonds ou des sociétés ‘’captifs’’, dépendant d’institutions financières (banques ou assurances) voire d’entités industrielles.

La création de Bpifrance a été l’occasion de renforcer l’activité dans ce domaine en combinant les moyens, les approches et les expertises en matière d’aide à l’innovation, d’amorçage avec les fonds partenaires et d’investissements en gros tickets.

La France est devenue aujourd’hui la deuxième place européenne en matière de capital-risque, et la première place de l’Europe continentale.

Les entreprises investies en capital innovation par les fonds levés dans les années 2000 ont par exemple un taux de survie à trois ans de 87%, quand celles investies par les fonds des années 2010 survivent à 96%.

Autre indice de l’apport du capital, l’investissement à la croissance des entreprises : sur les 833 entreprises investies en capital développement entre 2000 et 2010, 685 d’entre elles, (82%), ont vu leur chiffre d’affaires multiplié par 2,5 jusqu’à 5.

Le capital-innovation représente 50% des souscriptions de Bpifrance dans les fonds dédiés, à comparer aux 31% pour l’ensemble du marché (chiffres AFIC).

Les 900 participations acquises puis cédées depuis 2000 ont permis de réaliser un multiple de 1,1 ; s’il est relativement faible, il est néanmoins positif.

La plupart des fonds gèrent leur exposition au risque en limitant chaque ligne à 10% de leur montant total. Pour atteindre des tickets correspondants aux besoins importants des entreprises (au-delà des 10, 20, voire dans certains cas 50M€), il convient donc de lever des fonds de plus de 100 ou 500M€, ce qui nécessite des sociétés de gestion importantes et confirmées.

Avec 1,3 Md€ investi en 2013 avec ses fonds partenaires, Bpifrance confirme sa position de leader du marché sur le segment des petites capitalisations. En 2013, 1,3 Md€ a été investi par les fonds partenaires et les fonds gérés par Bpifrance dans 846 PME. Si l’on ajoute les entreprises et les investissements réalisés par le fonds ETI, ce sont 863 entreprises qui ont été accompagnées par Bpifrance en capital en 2013 et 1,7 Md€ investis.

Les fonds nationaux ont investi dans 466 entreprises pour 970 M€, les fonds régionaux ont investi dans 320 entreprises pour 125 M€. Les fonds gérés par Bpifrance ont investi dans 125 entreprises pour 170 M€, le fonds Large Venture (gros tickets en innovation), géré par Bpifrance, a investi dans 7 entreprises pour53 M€, et le fonds ETI 2020 dans 17 entreprises pour 366 millions d’euros. Le total du nombre d’entreprises est supérieur à 863, car une même entreprise peut être investie par plusieurs fonds.

En termes de levées, les fonds du portefeuille de Bpifrance ont levé 21% de plus qu’en 2012. Les capitaux investis par Bpifrance sont supérieurs aux capitaux levés auprès d’investisseurs tiers.

Cette augmentation des montants levés et investis est cohérente avec l’augmentation du nombre de dossiers reçus et d’entreprises rencontrées : +25% d’entreprises rencontrées en 2013 par les fonds partenaires et gérés par Bpifrance par rapport à 2013. L’état général des entreprises en portefeuille s’est lui aussi amélioré globalement.

La capacité d’accompagnement passe par une spécialisation des équipes et donc des sociétés de gestion, à la fois plus grandes et plus pointues. Bpifrance mettra cette année l’accent sur l’urgente nécessité de renforcer et d’accélérer l’internationalisation des participations.

L’accompagnement des entreprises investies doit en priorité se fixer pour objectif d’augmenter leur chiffre d’affaires à l’export, de favoriser les implantations à l’étranger, etc.

Innovation

Le statut Jeune Entreprise Innovante bénéficie largement aux TPE nouvelles des services aux entreprises et des TIC ; il se traduit par une exonération moyenne par entreprise de 40 à 60K€

*« 6 600 entreprises ont bénéficié du dispositif « JEI » depuis sa création en 2004 », le 4 pages de la DGE, études économiques N°41, janvier*

*Le dispositif Jeunes Entreprises Innovantes (JEI) vise à diminuer le coût des activités de R­&­D et d’innovation (exonérations fiscales et sociales, pour des entreprises de moins de huit ans et dont les dépenses de R­&­D et d’innovation dépassent 15­% de leurs charges totales).*

Plus de 6 600 entreprises ont bénéficié du dispositif depuis sa création en 2004, bénéficiant d’exonérations de charges sociales et fiscales respectivement à hauteur de 1,050M€ (dont 109 M€ en 2013) et de 120 M€ (dont 8 M€ en 2013) ; environ 3 100 entreprises faisaient partie de ce dispositif en 2013.

Ce statut est conservé en moyenne pendant 4,9 ans ; depuis 2005, ce sont essentiellement des entreprises jeunes (60 % ont moins de 2‑ans et 75 % moins de 3) ; en moyenne, les JEI quittent donc le dispositif environ six ans et demi après leur création.

Depuis 2008, le nombre d’entrées annuelles dans le dispositif JEI est stable, entre 600 et 700 ; de création récente, leur dynamique d’investissement et d’emploi explique en grande partie qu’elles soient souvent déficitaires. Le nombre d’entreprises sortant du dispositif augmente régulièrement mais devrait se stabiliser à terme au niveau des entrées annuelles ; 600 JEI ont quitté le dispositif en 2012

Ce sont majoritairement des petites structures de moins d’une dizaine de salariés (80% en 2012), bien que ces dernières ne concentrent que 39% des 22 000 salariés des JEI en 2012 dont 13 000 directement aidés par le dispositif JEI ; 19% des entreprises en JEI sont des entreprises de 10 à 49 salariés, regroupent 48% des emplois des JEI.

La majeure partie des JEI appartient aux secteurs des services aux entreprises et des TIC, le secteur industriel (fabricants de produits informatiques ou électroniques et de machines surtout) ne représentant que 10 % des JEI ; néanmoins, les services proposés par les JEI sont souvent tournés vers l’industrie et peuvent correspondre à une externalisation de la R & D ou de l’innovation.

2/3 d’entre elles disposent du crédit d’impôt recherche (les trois quarts des exonérations sociales versées aux JEI) et un tiers appartient à un pôle de compétitivité.

Plus d’une JEI sur trois adhère à un pôle de compétitivité (1 058 en 2011), soit près d’un sixième des PME des pôles de compétitivité ; la majorité des JEI ne participe qu’à un seul pôle de compétitivité, mais près de 20% adhèrent à au moins deux pôles, et à cinq au maximum.

Les JEI sont localisées en majorité en Île-de-France (40% des JEI et la moitié des effectifs salariés) et dans le Grand Sud-Est (Rhône-Alpes, Paca et Languedoc-Roussillon) ; près de 70% des JEI ainsi que les trois quarts de leurs effectifs sont regroupés dans ces quatre régions, mais la spécialisation sectorielle des JEI y diffère peu de celle de l’ensemble des JEI

Entre 2004 et 2010, le montant moyen des exonérations sociales par JEI est resté stable, autour de 50 K€ par entreprise ; en 2011, une réforme du dispositif instaurant un double plafonnement (par salarié et par établissement d’entreprise) et une dégressivité dans le temps des exonérations a réduit le montant moyen d’exonérations sociales à 30K€ ; dans le cadre de la Loi de finances pour 2014, le dispositif JEI a été prorogé et étendu à certaines activités d’innovation ; l’ensemble de ces mesures devrait diminuer les charges sociales des PME innovantes en 2014 de près de 58M€ supplémentaires soit 20 K€ par JEI (par rapport au dispositif JEI en vigueur en 2013). Avec la suppression de la dégressivité des exonérations inscrite dans la réforme pour 2014, les exonérations des entreprises augmenteront à nouveau dans le temps selon leur âge, jusqu’à près de 60k€ en moyenne pour les JEI de 7 à 8 ans.

Malgré des atouts et une infrastructure propice à l’innovation (6ème rang mondial en matière de R&D), l’Ile-de-France ne se place qu’au 17ème rang mondial en matière d’innovation

*« Débrider l’innovation : enjeux pour les entreprises et l’emploi, défi pour les politiques publiques », rapport de la Chambre de Commerce et d'Industrie de région Paris Ile-de-France, novembre*

*Les constats et propositions de ce rapport s’appuient sur une cinquantaine d’entretiens qualitatifs approfondis avec des responsables d’entreprises, une enquête quantitative auprès de 6000 entreprises, et des auditions d’experts institutionnels*.

L’Île-de-France est en retard en matière d’innovation non technologique par rapport à ses voisins européens : 50ème place en Europe contre 5ème place pour la Bavière ; alors que la Bavière et le Grand Londres progressent dans ce domaine, l’Île-de-France stagne.

Pour les entreprises innovantes franciliennes, les principales ressources d’innovation sont la bonne coopération avec les clients (pour 87% des répondants) et avec les fournisseurs (70%), loin devant le recrutement (31%) ou encore l’investissement en équipements et machines de pointe (32%).

Selon une enquête réalisée par Manutan en partenariat avec Bluenove en avril 2014 auprès de PME et ETI françaises, 72% des personnes interrogées ont une perception positive du concept d’open innovation, mais 56% des entreprises interrogées ne savent pas réellement ce qu’il recouvre, 23% des PME et ETI se sont déjà engagées dans cette voie. Un des obstacles majeur serait lié à des difficultés anticipées dans la gestion de la propriété intellectuelle.

« En matière d’infrastructures, l’Île-de-France accueille de nombreux incubateurs et pépinières … Cette politique volontariste ne doit pas occulter les problèmes que rencontrent certaines entreprises pour trouver les infrastructures qui répondent réellement à leurs besoins »

L’Île-de-France offre de nombreuses opportunités de financement aux entreprises. La France est le premier marché du capital-investissement en Europe continentale et le troisième marché au monde (en montants investis) en 2012 ; localisé principalement en Ile-de-France, le marché du capital-investissement correspond à environ 20% du marché européen. Entre 2002 et 2012, environ 75 Mds€ ont été investis, dont 10 Mds€ par les opérateurs français en 2011. Sur la place parisienne, 270 fonds de capital-investissement opèrent et emploient plus de 3 000 personnes ; pourtant, les entreprises peinent à financer leurs projets d’innovation, et le financement de la phase de commercialisation.

En matière de capital humain, le système éducatif francilien est mondialement reconnu, avec 95 000 chercheurs dans la région Ile-de-France soit 40% du total national : le pôle de Saclay est aujourd'hui parmi les 8 clusters les plus importants au monde. De nombreuses écoles de commerce franciliennes, sont leaders. Paris peut s'appuyer sur un atout singulier, l'école française de mathématiques appliquées, dont la reconnaissance est mondiale, une expertise qui joue un rôle clé dans de nombreux secteurs tels l’informatique, les services financiers, l’aéronautique, la physique.

De plus, l’Île-de-France regroupe une importante « classe créative », avec par exemple plus de la moitié des professionnels de l’audiovisuel et du spectacle français qui travaillent dans la région. Cette puissante économie créative est la source de la « French Touch ».

La région capitale est fortement dotée de ressources technologiques, avec 9 pôles de compétitivité français sur son territoire, 3 Sociétés d’Accélération de Transfert Technologique (SATT), un Institut de Recherche Technologique, 20 Instituts Carnot (sur les 34 français), plusieurs centaines de laboratoires, 10 universités, de nombreuses écoles de commerce et d’ingénieurs mondialement reconnues, 1 IRT, 5 CRT, une dizaine de clusters locaux, 3 SATT, 4 ITE… Il y a cependant trop peu de dialogue et de transversalité entre ces structures en Île-de-France, alors que de nombreuses thématiques sont communes.

3 000 entreprises sur les 800 000 franciliennes participent à un pôle ; 14% des établissements en Île-de-France ayant entrepris une démarche d’innovation au cours des deux dernières années, sont en relation régulière avec un pôle de compétitivité.

Sur un budget régional total de 4,7Md€, la Région Ile-de-France consacre 230M€ pour le développement économique, innovation, tourisme, dont 52M€ pour la « recherche et innovation » (22%) ; ainsi, 1,1% du budget régional est consacré à l’innovation ; sur cette somme, seuls 39M€ sont versés à des projets portés par des entreprises, le reste servant à financer les structures régionales qui gèrent des dispositifs dans ce domaine.

Le Land de Bavière avec une population similaire consacre 20% d’un budget de 35Md€ au développement de l’économie, des infrastructures et de la technologie.

Parmi les entreprises innovantes qui n’ont pas bénéficié d’aide au financement de leur projet d’innovation, 36% d’entre elles en Île-de-France évoquent un montage de dossier trop complexe et pour 31% d’entre elles, une difficulté à trouver un interlocuteur, malgré les très nombreuses structures existantes ; par ailleurs, 40% ont abandonné des projets d’innovation au cours de deux dernières années, faute de trouver un ou des partenaires.

« Cette analyse des besoins récurrents et des nouvelles pratiques des entreprises permet d’identifier 12 actions-clés »

+Secteurs d’activité

Les Français auront dépensé 57Md€ sur internet, un chiffre en hausse de 11% sur un an ; le nombre de transactions augmente de 15%.

*« Bilan annuel du e-commerce en France : les Français ont dépensé 57 milliards d’euros sur internet en 2014 », Fevad, communiqué de presse du 27 janvier*

Ces résultats sont légèrement supérieurs aux attentes grâce à une fin d’année meilleure que prévue avec des ventes de Noël qui cette année ont atteint 11,4 milliards d’euros soit 13% de plus que l’an dernier sur la même période.

La France devrait donc conserver son rang de 3ème marché e-commerce en Europe après le Royaume-Uni et juste derrière l’Allemagne.

Ce marché représente 9% du commerce de détail hors produits alimentaires.

Le panier moyen perd 4% en un an pour atteindre 81€, c’est la 4ème année de baisse consécutive ; depuis 2011, il a chuté de 10%, une baisse compensée par l’arrivée de nouveaux acheteurs et par l’augmentation de la fréquence d’achats : 20 transactions en ligne sont effectuées par an et par acheteur contre 18 il y a un an.

20 000 sites supplémentaires ont vu le jour en un an (+14%) soit 157 300 sites marchands actifs.

Les sites de ventes de produits grand public enregistrent une croissance de 9% (vs 6% en 2013), tout comme les sites dévolus aux professionnels.

Le m-commerce et les places de marché attirent de plus en plus ; ces ventes représentent 21% du volume d’affaires total des sites participant à l’iPM (vs 15% en 2013). L’indice iCM, qui mesure les ventes sur l’internet mobile (smartphones et tablettes, sites mobiles et applications hors téléchargements d’application et hors ventes sur les places de marchés) a progressé de 60% et représente 16% du volume d’affaires total des sites de l’iPM vs 10% en 2013.

Le marché devrait franchir la barre des 60 milliards en 2015.

Evolution des marchés

Les TIC dans la société française

*« La diffusion des technologies de l’information et de la communication dans la société française (2014) », Credoc, collection des rapports n° 317*

L’équipement : la priorité est donnée aux nouveautés, smartphones et tablettes

Dans ce contexte plutôt morose, les taux d’équipements en télévision, téléphone fixe (-1point), téléphone mobile (=), micro-ordinateur (-1point) ou connexion à internet (+1point) n’évoluent que très marginalement ; en revanche, les tablettes tactiles (29% d’individus équipés, +12points) et smartphones (46 % d’équipement, +7points) se diffusent très rapidement.

79% de la population est équipée à la fois en téléphone fixe et en téléphone mobile ; 77% bénéficient d’un double équipement téléphone mobile et internet à domicile ; parmi elles, une personne sur deux est abonnée chez le même opérateur avec une offre groupée (+6 points cette année).

Depuis 20 ans, la consommation des produits de l’économie de l’information croît beaucoup plus vite que l’ensemble des dépenses des ménages, passant de 1,3% à 4,2% du budget entre 1960 et 2005

La France progresse dans le classement européen s’agissant d’internet à domicile et se classe au 5éme rang s’agissant de l’équipement des ménages en internet à domicile (78%) ; la proportion d’internautes varie peu en 2014 (83%, +1point), de même que certains des usages étudiés : achat par internet (54 %, -1point), démarches administratives ou fiscales (51%, comme en 2013), réseaux sociaux (48 %, +3 points), écoute et téléchargement de musique (47%, -2 points), recherche d’emploi (24%, -1point),

Les usages liés à l’internet sur téléphone mobile ont le vent en poupe : navigation sur internet (43%, +6 points), consultation des courriels (36%, +6 points), téléchargement d’applications (36%, +7 points). 28% utilisent la géolocalisation sur son mobile pour trouver un restaurant, un bar, un musée ou un magasin.

S’agissant des programmes télévisés, le poste de télévision reste l’équipement privilégié pour regarder les programmes en direct (93%), mais l’ordinateur séduit 22% ; 42% regardent des émissions de télévision en replay sur un téléviseur (29% sur un ordinateur).

Les Français croient massivement que les antennes relais (74%) et les téléphones mobiles (73%) ne sont pas sûrs pour la santé humaine ; Les réseaux Wi-Fi (62%) et les champs magnétiques générés par les appareils électriques à l’intérieur du domicile (66%) les inquiètent aussi. Globalement, 52% prennent au moins une précaution face aux risques potentiels. Toutefois, les connexions sur ordinateur via le réseau Wi-Fi sont le 1er mode de connexion déclaré, quel que soit le genre, la taille du foyer, le niveau de vie ou le lieu de résidence.

La confidentialité et la protection des données sur internet sont identifiées comme des enjeux majeurs : pour un Français sur trois, le principal frein au développent d’internet est le manque de protection des données personnelles (33%) ; une personne sur deux est persuadée que des logiciels peuvent transmettre des informations personnelles à partir des téléphones mobiles sans que l’utilisateur en soit averti (+12 points en deux ans) et 47% des internautes pensent avoir été victimes d’un accès indésirable à leurs données, que ce soit directement sur leur machine ou indirectement via un fournisseur d’accès ou autre. Face à ces risques, 57% des Français disent se montrer très vigilants, en utilisant des mots de passe, en rangeant leurs données hors d’internet ou en recourant à des pare-feu.

Internet devient un acteur incontournable de la vie privée

Les réseaux sociaux sont désormais fréquentés par 48% (+6 points en deux ans) ; internet a permis à 40% des Français de retrouver d’anciennes connaissances et même à 10% de faire une rencontre amoureuse ; au sein des 18-24 ans, 9 personnes sur 10 alimentent leur réseau social, amical ou amoureux grâce au net. En moyenne, un internaute déclare passer 17 heures par semaine sur le net (contre 15 heures en 2013).

La formation, les jeunes

Beaucoup plus inscrits dans les réseaux, les 15-20 ans sont pragmatiques, participatifs, ouverts sur l’international ; 47% aimeraient créer leur entreprise

*« La grande invazion » BNP Paribas et The Boson Project, janvier*

*3 213 jeunes femmes et hommes de 15 à 20 ans (moyenne d’âge de 18 ans) ont répondu à l’aide des réseaux sociaux sur lesquels le questionnaire a été diffusé ; ils sont à 66% étudiants, lycéens à 27% ; 43 % n’ont pas d’expérience professionnelle.*

*Cet échantillon n’a pas la prétention d’être représentatif*

« Petite sœur de la génération Y, enfants des X, les Z sont nés après 1995, ils ont moins de 20 ans et sont aujourd’hui aux portes de l’entreprise. The Boson Project et BNP Paribas ont souhaité, à travers cette enquête, leur donner directement la parole et décrypter, sans aucun a priori, leurs aspirations professionnelles et leur regard sur l’entreprise. »

Ils se sentent citoyens français (39%) presque autant que citoyens du monde (34%) et se voient travailler à l’étranger (68,5%) tout en considérant que la réussite est possible en France.

On les appelle aussi des « slashers », slash pour l’action de combiner plusieurs attributs, plusieurs identités, plusieurs statuts en même temps.

Ils n’ont pas le même rapport au temps : les Z font tout plus vite, n’attendent pas et surtout s’ennuient dès que le rythme ralentit.

72% veulent être fiers d’eux-mêmes, peu importe le regard des autres pour s’affirmer en tant qu’individu et s’épanouir.

« Audacieux, décomplexés, voire décontractés, ils créent leurs propres modèles, leurs propres règles du jeu. L’affirmation du moi pousse à dépasser ses propres limites, à aiguiser sa personnalité, à devenir spécial ».

Le réseau représente la clé de la réussite pour 40% d’entre eux (47% pour ceux qui ont déjà travaillé), un écosystème avec lequel ils sont en permanente interaction, qu’ils amèneront avec eux en entreprise, à la différence avec leurs aînés (études et CV autant que réseau) ; l’importance de la communauté ne signifie pas qu’ils sont animés par un esprit collectif, un idéal commun ; Ils sont dans la collaboration, voire la coopération, où le tout nait de la participation de chacun.

A la question, « quelles seront les sources d’apprentissage dans 10 ans ? », seuls 7,5% répondent les études et seuls 24% plébiscitent le diplôme comme source de réussite loin derrière le fait d’avoir un bon réseau ; pour ceux qui ont déjà travaillé : 14% le diplôme, 29% le bon CV et 47% le réseau. Ils se construisent de manière autonome leur propre bibliothèque de savoirs (auto-apprentissage) : curiosité maximale, ouverture au monde, savoir se remettre continuellement en cause. « On n’apprend plus pour toute la vie, on apprend pour maintenant » ; l’endurance (34,5%) et la débrouillardise (31,5%) sont les gages de la réussite.

Quels sont les stéréotypes qu’ils subissent et agacent ?

- La fainéantise « on ne travaille plus de la même façon, voilà tout ».

- Ils seraient « je m’en foutiste », désintéressés de tout... sauf de leur smartphone.

- l’idée qu’ils seraient connectés au point qu’ils sont déconnectés de la vie réelle.

 Au contraire, ils ont les pieds bien ancrés sur terre et sont extrêmement lucides, une génération ambitieuse qui hérite d’un monde à réinventer : Ils sont lucides sur eux-mêmes.

Quelles conséquences sur leur vision de l’entreprise ? Les Y seraient-ils ceux qui ont ouvert la voie, bousculé le modèle quand les Z transforment l’essai ?

L’entreprise est dure (cité par 170 répondants), compliquée (147), difficile (142), impitoyable (63), fermée (60), une jungle pour 100 répondants.

Les principaux maux de l’entreprise mis en lumière sont

• le caractère trop partial de l’entreprise : piston, injuste, inégalitaire, restreint

• son caractère inhumain : jungle, cruel, sauvage, hypocrite, bref pas “Pour les gens” mais plutôt “Pour l’argent” »

• un monde qui inquiète : stressant, effrayant, angoissant

• et qui ne déchaîne pas les passions : ennuyant/eux, triste, hostile

Mais aussi intéressant, équipe, innovation, expérience, passionnant, dynamique

En définitive, l’entreprise les stresse pour 36%, les laisse indifférents pour 26% et les attire pour 23% ; plus ils ont été en contact avec l’entreprise, moins cette dernière est perçue comme stressante et plus elle devient attractive.

Vers des vies de plus en plus plurielles

- 47% aimeraient créer leur entreprise, ne se reconnaissant pas dans les modèles actuels d’entreprise ; 53% préféreraient être leur propre patron à être salarié.

- 84,5% choisiront leur métier par passion et non par raison.

- La précarité n’est pas subie, elle est intégrée dans les projections de vie. Ils savent qu’ils ne pourront compter que sur eux-mêmes, qu’ils devront constamment se réinventer.

- S’ils s’estiment relativement ambitieux, cela ne se fera pas au détriment de la vie personnelle ; 40% recherchent l’équilibre ; l’épanouissement sera pluriel ou ne sera pas : ils sont entrepreneurs tous azimuts, entrepreneurs de leur vie.

Ce qu’ils attendent de l’entreprise :

- l’argent qui reste un levier évident (39%)

- L’international : la possibilité de voyager est vue comme une clé d’attraction pour 37% des sondés, 69% se voyant travailler à l’étranger.

- A poste égal, 25% choisiraient l’entreprise la plus fun, apportant la valeur plaisir

- L’éthique : à poste égal, 21% choisiraient l’entreprise la plus éthique (28% pour les filles)

- Importance accordée aux politiques de RSE ; plus que l’éthique, ils attendent un véritable engagement des entreprises, et un management de qualité ; le bon patron est celui qui fait confiance à ses équipes (67%) et sait écouter (62%) ; il doit être accessible, responsabilisant et entreprenant et ne tirera sa légitimité ni de son autorité (22 %), ni de ses diplômes (3 %).

- Ils attendent de la variété au quotidien et en continu : «tester un maximum de métiers »

Les X s’inscrivent dans une logique intergénérationnelle tant dans la vie professionnelle que personnelle.

Les Y mettent l’individu au centre de tout et s’inscrivent ainsi dans des écosystèmes ; ils s’inscrivent dans une logique transversale et sont proches de leurs pairs aux quatre coins du monde

L’apprentissage, une formation insuffisamment au service des moins diplômés

*« L’apprentissage au service de l’emploi », Les notes du conseil d’analyse économique, n°19, décembre*

En Allemagne, en Australie, en Autriche ou en Suisse, l’apprentissage joue un rôle clé pour insérer dans l’emploi les jeunes peu ou pas diplômés ; ce n’est pas le cas en France même si les effectifs d’apprentis ont crû de 211 000 en 1992 à 405 000 en 2013, une expansion qui a essentiellement bénéficié aux jeunes déjà diplômés, notamment du supérieur, tandis que la proportion des apprentis sans diplôme préalable a chuté de 60% à 35% entre 1992 et 2010.

La formation en alternance, comprenant l’apprentissage et les contrats de professionnalisation, se développe en France depuis une trentaine d’années ; les effectifs de l’alternance sont de fait passés de 440 000 à 540 000 entre 1990 et 2013, mais décroissent depuis 2011.

Plusieurs explications : la suppression en 2014 de l’indemnité compensatrice forfaitaire pour les entreprises de plus de dix salariés (rétablie pareillement ultérieurement), le développement des emplois d’avenir, la suppression du Brevet d’études professionnelles et son remplacement par le Bac professionnel qui impose une durée d’apprentissage de trois ans au lieu de deux préalablement, la chute de l’activité dans certains secteurs comme le bâtiment.

Le développement de l’apprentissage depuis dix ans résulte d’une importante contribution financière de l’État, des régions et des entreprises (+51% de 2000 à 2012), alors que la dépense pour le contrat de professionnalisation a décru d’environ 600 millions, en € constants, entre 2000 et 2012.

Sur la période 2004-2010, la progression du nombre d’apprentis s’explique par l’essor de l’apprentissage dans l’enseignement supérieur (+24%), tandis que le nombre d’entrées en apprentissage des élèves de niveau inférieur ou égal au CAP diminuait de 6% ; plus du quart des apprentis sont des étudiants du supérieur, alors que cette proportion est presque nulle en Allemagne. Toutefois les travaux existants montrent que l’apprentissage a un impact beaucoup plus décisif pour les jeunes sortis sans diplôme de l’enseignement général.

Le système français d’alternance a des défauts importants.

- Il est caractérisé par un grand nombre d’intervenants (l’éducation nationale, les régions, les consulaires, l’état, les organismes collecteurs de la taxe d’apprentissage, les partenaires sociaux, les branches, les entreprises…)

- Les actions sont peu ou mal coordonnées

- Une part importante de la taxe d’apprentissage ne finance pas l’apprentissage : 38% de la taxe d’apprentissage étaient affectés à l’enseignement professionnel et technologique hors apprentissage, sans compter les affectations à l’enseignement supérieur ; le système du « hors quota » donne aux entreprises la liberté d’affecter une partie de la taxe d’apprentissage (la loi Sapin de mars 2014 réduit de 31 à 23% la part du hors quota)

 - Une gouvernance complexe, avec des frais de gestion importants, et une allocation des ressources peu efficace (la loi Sapin a abaissé de 140 à 40 le nombre d’organismes collecteurs de la taxe d’apprentissage) ; le nombre d’intermédiaires demeure trop important, au détriment de la lisibilité du système, de son pilotage d’ensemble et du contrôle de sa qualité.

- Les actions des régions sont insuffisamment coordonnées, non seulement entre elles, mais aussi avec celles des entreprises et des partenaires sociaux.

- Une carte des formations peu flexible et de qualité difficile à contrôler ; la validation des formations est du ressort de la région et du Rectorat et constitue un frein au développement de l’apprentissage, surtout pour les faibles niveaux de qualification.

- Autre difficulté, le poids des enseignements académiques généraux tels que le français ou les mathématiques, contribuant à un taux d’abandon très élevé dans l’enseignement professionnel (40% au niveau du CAP) ; l’éducation nationale, trop éloignée de l’entreprise, ne semble avoir ni les moyens ni les incitations pour offrir aux jeunes des formations professionnelles qui valorisent suffisamment des compétences pratiques, rapidement opérationnelles, combinées à des connaissances transférables d’un secteur à l’autre

. Dans les pays où l’apprentissage joue un rôle important, ce sont les entreprises, organisées au niveau du secteur ou de l’industrie, qui structurent l’essentiel du contenu des formations.

Le rapport formule ensuite 4 recommandations.

Trois idéaux-types des usages du régime de l’autoentrepreneur par des étudiants : le salarié indépendant, le chômeur entreprenant et l’indépendant converti.

*« Entre subordination et indépendance : la difficile insertion professionnelle des jeunes diplômés autoentrepreneurs », le 4 pages du Centre d’Etudes de l’Emploi N°116, novembre*

*Une enquête, menée en 2010 et 2011, par entretiens biographiques, auprès de vingt-sept étudiants et jeunes diplômés, âgés de 22 à 28 ans, de niveau master ou doctorat en sciences sociales (principalement en urbanisme).*

*La typologie construite repose sur l’analyse de la durée, du nombre et de la stabilité des missions, des conditions matérielles de l’activité, des cadres de socialisation professionnelle, du discours porté sur le régime, du projet professionnel des enquêtés*

Pour vingt-quatre d’entre eux, l’inscription au régime répond à la demande d’un employeur potentiel (entreprise publique, ministère, agence privée…) ou est pensée comme une stratégie de présentation de soi dans une recherche d’emploi. Deux ont choisi ce régime pour donner un cadre juridique à des activités préexistantes. Dans un seul cas, l’inscription au régime relève d’une véritable démarche de création d’entreprise.

Trois idéaux-types des usages du régime de l’autoentrepreneur se sont dégagés de l’échantillon également répartis par tiers : le salarié indépendant, le chômeur entreprenant et l’indépendant converti.

Le salarié indépendant

Ils travaillent pour un seul client (souvent suite à un stage), sans contrat ni lettre de mission ; leurs chiffres d’affaires sont plus élevés et plus stables que ceux des autres groupes (1 700 € par mois en moyenne, contre 900€) et se rapprochent du niveau de salaire du premier emploi dans leur domaine.

Ils réalisent des missions longues, en lien avec leur qualification. Par cette expérience, ils apprennent et exercent un métier qui contribue à la construction de leur identité professionnelle.

Les modalités d’exercice de leur activité révèlent toutefois des situations de subordination salariale (sous l’autorité d’un responsable de l’entreprise cliente, au sein de ses locaux, sans possibilité de diversifier les donneurs d’ordre) ; malgré la grande similitude des conditions d’exercice, la cohabitation avec les salariés du donneur d’ordre révèle les différences entre régimes d’activité et met au jour l’affaiblissement de leurs droits (pas le chômage, pas de garantie de durée d’emploi, pas de droit à la formation). Ils ressentent leur situation comme un auto-entrepreneuriat imposé. Ils vivent leur situation comme une mise à l’épreuve supplémentaire dans le long parcours du combattant que constitue l’entrée des jeunes diplômés sur le marché du travail ; aucun d’eux n’envisage cependant de demander sa requalification en contrat de travail, et ce, davantage par méconnaissance de leurs droits que par peur de perdre la mission ; l’intérêt de la mission proposée et, le prestige du client suffisent à les convaincre d’accepter cette précarité ; contrairement aux autres enquêtés, ils ne cherchent pas à se prévaloir de cette expérience pour se mettre en scène comme individus entreprenants.

.

Le chômeur entreprenant

À la recherche d’un emploi depuis plusieurs mois, ils se sont inscrits au régime dans l’espoir que l’auto entrepreneuriat soit un moyen efficace de s’insérer sur le marché du travail.

Ces enquêtés travaillent seuls, chez eux, et doivent trouver par eux-mêmes les ressources leur permettant de réaliser les missions qu’on leur confie. La faiblesse de leurs revenus et leur manque d’assurance accentuent les déséquilibres dans les relations avec d’éventuels clients.

Ils acceptent de rares missions en sous-traitance, pour un ou plusieurs clients, et exécutent des tâches ponctuelles (cartographie, rédaction), sans avoir été associés à l’ensemble de la réflexion ou du projet et demeurent éloignés des modes de valorisation et de reconnaissance de leurs compétences professionnelles.

Au moment des entretiens, ces jeunes sont pourtant plutôt satisfaits de leur situation, vécue comme plus valorisante que celle de chômeur demandeur d’emploi, leur permettant de se construire une identité d’actif ; se présenter comme autoentrepreneur est, à leurs yeux, une preuve d’engagement dans la recherche d’emploi et une manière souple de proposer ses services à un employeur-client potentiel, capable de prendre des risques, de s’adapter aux exigences du marché

Mais l’appropriation d’un discours valorisant l’entrepreneur (responsable et aventureux) est peu à peu contrebalancée par un sentiment de déclassement. Au fil des déconvenues (promesses non tenues, revenus très bas, faible intérêt des tâches, annulation des missions sans contreparties…), cet entrepreneuriat de nécessité apparaît être un leurre.

Les convertis à l’indépendance

Ils sont devenus autoentrepreneurs pour répondre à la sollicitation d’un employeur, et ont progressivement pris « goût à la liberté », exprimant une grande satisfaction quant à leur situation, vécue comme une aventure valorisante et épanouissante, dont ils tirent fierté ; leur projet professionnel se modifie en conséquence ; ils adoptent différentes stratégies pour se faire connaître : ils donnent un nom à l’entreprise, mettent en place des outils de communication (blog, site internet, carte de visite) et rejoignent des associations professionnelles, ce qui leur permet de se construire la légitimité qu’ils n’ont pas acquise par l’expérience ; Ils déploient des stratégies de socialisation, par exemple en formant des collectifs avec d’autres autoentrepreneurs afin de jouer sur les complémentarités de compétences et de gagner en efficacité ; certains entretiennent une sorte de compagnonnage avec un senior qui partage son expérience, sa réputation et son carnet d’adresses ; ils cherchent à accéder à la commande de manière autonome en répondant à des appels d’offres, quitte à être en concurrence avec leurs premiers clients ou à développer d’autres formes de partenariat plus équilibrées.

Contrairement aux deux autres groupes, ces jeunes connaissent assez bien leurs droits, car ils ont souvent fait des démarches avant de choisir le régime ; les tâches de gestion et la conciliation entre temps privé et professionnel ne sont pas considérées comme des contraintes mais comme des compétences à acquérir.

Plus qu’une origine sociale familière des mondes de l’indépendance, ces autoentrepreneurs ont connu des parcours de formation qu’ils présentent comme tortueux et atypiques, marqués par les mobilités géographiques et les bifurcations disciplinaires, ce qui a contribué au développement de leurs capacités d’adaptation et d’autonomie.

L’absence de hiérarchie formelle leur procure un sentiment de liberté et d’autonomie, exprimé, dans un parallèle discréditant la condition salariale, à travers leurs remarques sur la liberté des horaires, des méthodes, du choix des missions et des collaborateurs, sur la possibilité d’affirmer ses propres conceptions du métier, de proposer des idées.

Pourtant, cette liberté et cette autonomie demeurent, au moment des entretiens, très relatives et fortement contraintes (faible nombre de missions, difficulté d’en trouver de nouvelles) ; leur jeunesse paraît être un frein pour les éventuels clients

Pour se démarquer, les jeunes diplômés cherchent à transformer leur inexpérience en vertu (capacités de travail importantes, non formatage par des pratiques et méthodes préexistantes, aguerris dans la maîtrise d’outils et technologies sans cesse en évolution).

L’autoentrepreneur n’est qu’une étape, apparaissant vite comme un obstacle au développement de leur activité ; pourtant, plutôt qu’un frein à la croissance, les contraintes sont perçus comme des objectifs à atteindre et à dépasser ; changer de régime devient alors l’objectif consacrant la réussite du pari entrepreneurial et répond à un besoin de légitimité face aux donneurs d’ordre

« Le régime de l’autoentrepreneur : un dispositif de conversion à l’entrepreneuriat ?

Loin de l’indépendance que le nom du régime laisse présumer, les enquêtés travaillent le plus souvent en situation de sous-traitance ou de subordination. Utilisé par les « employeurs » comme un instrument de flexibilisation de l’organisation du travail, d’allégement des coûts salariaux et d’externalisation de la gestion des ressources humaines, le dispositif s’avère être aussi un instrument d’apprentissage et d’intériorisation de nouvelles normes qui font du travailleur l’entrepreneur de sa force de travail (mise en scène de soi, disponibilité, auto-formation, adaptation aux contraintes du marché, autonomie, responsabilisation…) et qui, en fin de compte, se traduisent souvent par la soumission à une très forte précarité et par le dessaisissement de ses droits sociaux.

Par contre, le nom du régime autorise à se projeter et à s’identifier à une autre position sociale que celle, déclassée, de chômeur ou de stagiaire… »

2000 (2) 2005 (3)