La lettre mensuelle d’André Letowski

Décembre 2014

Bonjour,

 Malgré l’approche des fêtes de fin d’année, les analyses ont à nouveau été nombreuses et certaines inédites ou d’apports nouveaux.

**1 Création d’entreprises :**

  Au cours des 12 derniers mois (entre décembre 2013 et novembre 2014), comparés aux 12 mois antérieurs (décembre 2012-novembre 2013), les créateurs non autoentrepreneurs ont progressé de 2,8%, et les autoentrepreneurs de 1,7% ; toutefois en novembre, les autoentrepreneurs ont progressé de 2,5% contre une régression de 2,2% pour les autres créateurs. **Fait intéressant, la progression 2013/2014 au regard de 2012/2013 concerne 70% des autres créateurs dans des activités en progression et 50% des autoentrepreneurs, un signe timide de reprise** **?**

  Les autoentrepreneurs en activité fin 2013 sont 911 000 dont 721 000 actifs économique ment ; près de 30% sont des professions libérales et 70% des artisans et commerçants ; 72% ont réalisé des recettes en 2013, en moyenne 9 064€ et un bénéfice de 4 409€.

**2** **Reprises :**

**Deux travaux d’intérêt, notamment l’enquête faite auprès des conseillers de CCI et CMA à l’occasion des journées transentreprise des 4 et 5 décembre**

Le second vise à chiffrer et faire un point d’actualité sur le marché de la reprise des 20-249 salariés, occasion à la fois de rappeler la difficulté de chiffrer le nombre et le type de cession, et de constater que les attitudes des dirigeants de PME ne sont guère éloignées de celle des dirigeants de TPE.

3 **Les TPE employeur** : 20% de l’emploi salarié du secteur marchand ; mais **21,5% des TPE (224 000 entreprises) ont des salariés en CDD, plus que les plus de 10 salariés ; la moitié des CDD au sein des TPE, sont des contrats aidés (apprentissage notamment) ;** le temps  partiel est aussi bien plus fréquent dans la TPE.

4 **Conjoncture : intéressante l’analyse sur l’Ile-de-France,** montrant que cette région résiste mieux dans cette période difficile de conjoncture

**5 L’accompagnement  des créateurs d’entreprise** par France Active et par ailleurs le CNRS

6 **Deux évaluations** : l’une sur les contrats de plan Etat/région par la Cour des Comptes, l’autre sur le FISAC intervenant pour la modernisation des petites entreprises en milieu urbain et rural (rapport de la DGE)

7 **Consommation** : 2 textes

- Plus on est aisé, plus on va vers le commerce spécialisé, ou le « petit commerce »

- Ce sont les français les plus âgés, les plus aisés et les plus « traditionnels » qui sont le plus attachés au made in France ; les cadres pour leur part sont plus attachés aux produits européens et les jeunes au prix quel que soit l’origine du produit.

Bonne lecture

Analyses et études de décembre 2014

*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

* Au cours des 12 derniers mois (entre décembre 2013 et novembre 2014), comparés aux 12 mois antérieurs (décembre 2012-novembre 2013), les créateurs non autoentrepreneurs ont progressé de 2,8%, et les autoentrepreneurs de 1,7% ; toutefois en novembre, les autoentrepreneurs ont progressé de 2,5% contre une régression de 2,2% pour les autres créateurs. Fait intéressant, la progression 2013/2014 au regard de 2012/2013 concerne 70% des autres créateurs dans des activités en progression et 50% des autoentrepreneurs, un signe timide de reprise ? *Analyse André Letowski à partir des données brutes de l’INSEE*
* Les autoentrepreneurs sont pour près de 30% des professions libérales et pour 70% des artisans et commerçants ; 72% ont réalisé des recettes en 2013, en moyenne 9 064€ et un bénéfice de 4 409€, *Acosstat*
* **La parole est aux conseillers transmission des CCI et CMA à propos de reprise d’entreprise, *les journées transentreprise des 4 et 5 décembre***
* Les dirigeants de PME semblent avoir des attitudes proches de ceux des TPE quant à la cession/transmission de leur entreprise (peu préparés à cet exercice, surévaluant le prix de vente, ayant difficulté à faire appel au conseil), *CNCFA et Epsilon Research, novembre*

Entrepreneuriat, sensibilisation à l’entrepreneuriat

* Les idées les plus fréquemment associées à l’entreprise sont largement positives pour les français : **esprit d’équipe** (49% des citations),**croissance et création de richesse** (43%) **relations, liens, rencontres** (43%),**opportunités de carrières** (42%), **dynamisme, performance** (41%), moins les idées d’épanouissement personnel (33%), de compétitivité (30%) ou d’’innovation (27%), de course au profit (24%) et l’idée d’exploitation des salariés (21%).  *le Monde et Ipsos*
* Un éclairage sur les représentations qu’ont les hommes sur le travail des femmes, dans les domaines techniques et managériaux,  *CEREQ*
* « Susciter l'esprit d'entreprendre plutôt que la création d'entreprise », *EducProf.fr via l’étudiant*

TPE, artisanat, PME

* Les TPE emploient davantage de CDD (21,5%), dont la moitié sous forme de contrat aidé (apprentissage majoritairement), et davantage de temps partiel (28,5%) que les entreprises de 10 salariés et plus, *Dares*

Conjoncture

* L’Ile-de-France résiste mieux que le reste de l’économie française tant en terme de taux de chômage, de création d’entreprise et de défaillances, *CROCIS*

Financement, aides financières publiques

* Le capital développement concerne 57% des entreprises françaises bénéficiaires du capital risque, 24% la transmission et 18% la création innovante ; 17% sont des TPE, 57% des PME, 24% des ETI et 2% des grandes entreprises,  *AFIC/Ernst Yung*
* Les femmes sont 13% dans les comités exécutifs des sociétés de gestion du capital risque, 19% des équipes d’investissement, mais 41% de leurs salariés (37% en 2010)*, AFIC/Deloitte,*
* La définition et la mise en œuvre des contrats de Plan Etat-Région 2007-2013 fait l’objet de critiques importantes de la Cour des Comptes
* L’évaluation des aides accordées par le FISAC*, DGE*

Innovation

* Entre 2010 et 2012, 56,4% des PME régionales de Paca ont développé au moins une innovation : 28% ont mis sur le marché un nouveau produit et une proportion identique une nouvelle méthode de production, 35% une innovation d'organisation et 26% une innovation marketing*, Insee Paca*

Accompagnement des créations, des TPE et PME

* En 2013, 6 590 projets ont été accompagnés, 36 191 emplois crées ou consolidés avec l’appui de France Active
* 1 026 entreprises et plus de 7000 emplois ont été créés depuis 1999 avec le concours du CNRS, *CNRS*

Secteurs d’activité

* 23 800 pharmacies emploient 95 800 salariés ; malgré un chiffre d’affaires stagnant ces toutes dernières années, les volumes de vente ont progressé, tout comme les marges commerciales et d’exploitation, *INSEE*

Evolution des marchés

* 72% des dépenses des français se font dans les grandes surfaceset 15% dans les commerces de détail spécialisés ; mais plus on est aisé, plus on va vers ces commerces spécialisés*, Insee*
* Ce sont les français les plus âgés, les plus aisés et les plus « traditionnels » qui sont le plus attachés au made in France ; toutefois cette préoccupation évolue positivement dans toutes les catégories, *CREDOC*

La formation, les jeunes

* Trois ans après leur sortie d’études, les 2/3 des jeunes sont en emploi (les ¾ pour ceux issus de l’enseignement supérieur, 61% pour ceux issus du secondaire et 32% pour les non diplômés) ; un tiers des jeunes ayant obtenu un emploi sont directement recrutés en emploi à durée indéterminée ; au bout de trois ans, ils sont les deux tiers dans ce cas, *CEREQ*

Etudes, rapports, propositions non commentés :

* « Tourisme et développement durable en France », *rapport du Conseil Economique, Social, et environnemental, novembre*
* « La diffusion des technologies de l’information et de la communication dans la société française (2014) » *CREDOC, collection rapport N°137, novembre*
* « Les accords et plans d’action relatifs au contrat de génération », *Dares Analyses N° 91 novembre*
* « L’exposition des salariés aux facteurs de pénibilité dans le travail », *Dares Analyses N°95, décembre*
* « Les pratiques salariales des entreprises de plus de 20 salariés : avec la crise, un recentragesur les revalorisations collectives », *Dares Analyses, N°92, décembre*
* « Dispositif académique de validation des acquis : le nombre des diplômes délivrés par la VAE en très légère hausse en 2013 », *DEPP, note d’information N°40, décembre*
* « Minima sociaux et prestations sociales, édition 2014 : ménages aux revenus modestes et redistribution», *DREES, non daté*
* « Salaires dans le secteur privé et les entreprises publiques : en 2012, le salaire net moyen baisse de 0,4% en euros constants *», Insee Première N°1 528, décembre*
* Consommateurs connectés: la distribution à l’ère digitale : 4éme étude mondiale sur les web-acheteurs », *PWC, novembre*
* *«* Observatoire des objets connectés*» IFOP, synthèse, novembre*

Guides

* « L’achat public durable : le guide pratique de l'Association des Acheteurs  Publics (AAP) »

**Création d’entreprise, auto-entrepreneuriat, reprise**

Au cours des 12 derniers mois (entre décembre 2013 et novembre 2014), comparés aux 12 mois antérieurs (décembre 2012-novembre 2013), les créateurs non autoentrepreneurs ont progressé de 2,8%, et les autoentrepreneurs de 1,7% ; toutefois en novembre les autoentrepreneurs ont progressé de 2,5% contre une régression de 2,2% pour les autres créateurs. Fait intéressant, la progression 2013/2014 au regard de 2012/2013 concerne 70% des autres créateurs dans des activités en progression et 50% des autoentrepreneurs, un signe timide de reprise ?

*Analyse André Letowski à partir des données brutes de l’INSEE*

La création en novembre 2014 (en données brutes) a connu, au regard de novembre 2013, une hausse de 2,5% en ce qui concerne les autoentrepreneurs, et une baisse de 2,2% pour les autres créateurs, ce que nous avions déjà constaté en octobre  ; ceci étant, les autoentrepreneurs ont été en nette chute, au fil des toutes dernières années, si l’on compare à 2009, année de mise en route de ce nouveau régime, alors que les autres créations ont plutôt connu la stabilité.

Au cours des 12 derniers mois (entre décembre 2013 et novembre 2014), comparés aux 12 mois antérieurs (décembre 2012-novembre 2013), les créateurs non autoentrepreneurs (NAE) ont progressé de 2,8%, alors que les autoentrepreneurs(AE) n’ont progressé que de 1,7%.

Les autoentrepreneurs, au fil du temps, ont régressé nettement au regard de 2009/2010, alors que les  non autoentrepreneurs connaissaient une situation bien plus stable :

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Nombre cumulé au cours des 12 derniers moins | Indice base 100 en 2009-2010 (12 mois) |
|  | 2009-2010 | 2010-2011 | 2011-2012 | 2012-2013 | 2013-2014 | 2009-2010 | 2010-2011 | 2011-2012 | 2012-2013 | 2013-2014 |
|  NAE | 262 926 | 258 602 | 245 889 | 260 428 | 265 691 | 100 | 98 | 94 | 99 | 101 |
| AE | 365 869 | 292 601 | 311 260 | 273 921 | 281 747 | 100 | 80 | 85 | 75 | 77 |
| Total | 628 795 | 551 203 | 557 149 | 534 349 | 547 438 | 100 | 88 | 89 | 85 | 87 |
| % AE dans le total | 58,2 | 53,1 | 55,9 | 51,3 | 51,5 |  |  |  |  |  |

Cette approche est confirmée si nous prenons pour indice 100 les créations en 2013/2014 *:*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Nombre cumulé au cours des 12 derniers moins | Indice base 100 en 2013/2014 (12 mois) |
|  | 2009-2010 | 2010-2011 | 2011-2012 | 2012-2013 | 2013-2014 | 2009-2010 | 2010-2011 | 2011-2012 | 2012-2013 | 2013-2014 |
|  NAE | 262 926 | 258 602 | 245 889 | 260 428 | 265 691 | 99 | 97 | 93 | 98 | 100 |
|  AE | 365 869 | 292 601 | 311 260 | 273 921 | 281 747 | 130 | 104 | 110 | 97 | 100 |
| Total | 628 795 | 551 203 | 557 149 | 534 349 | 547 438 | 115 | 101 | 102 | 98 | 100 |
| % AE dans le total | 58,2 | 53,1 | 55,9 | 51,3 | 51,5 |  |  |  |  | 100 |

L’évolution des principales activités, au cours des 12 derniers mois, fait apparaitre 3 groupes de création, dont un groupe majoritaire, celui des gains en créations tant dans le groupe des non autoentrepreneurs que dans celui des autoentrepreneurs ; le second concerne les activités qui connaissent des progressions dans les créations non autoentrepreneurs et une régression du nombre d’autoentrepreneurs ; le 3éme groupe concerne une activité, le commerce, en chute, mais plus modeste que dans les mois précédents et ce dans les deux types de création.

Le premier groupe rassemble 54% des créateurs NAE et 49% des AE, le second respectivement 27% et 31%. Noter que plupart des activités progressent entre 2014 et 2013 en ce qui concerne les non autoentrepreneurs (70% des créations sont dans des secteurs en progression), moins pour les autoentrepreneurs (présents dans la moitié).

Les autoentrepreneurs ont fortement progressé, à la fois dans des activités où ils sont peu présents (les transports, les HCR, l’immobilier), mais aussi dans des activités où ils sont très présents comme les services aux entreprises, ou la santé/éducation ; le cas particulier de l’industrie est difficile à analyser, dans la mesure où, en ce qui concerne la création d’entreprise, cette dénomination est impropre puisque plus de la moitié des créations ne sont pas des activités industrielles au sens du commun des mortels :

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1er groupe : progression des NAE et des AE | NAE (indice : base 100 en 2009-2010) | AE (indice : base 100 en 2009-2010) |
| Nombre en 2013-2014 | Evol 12 moisAnnée N et N+1 | Indice2013-2014 | Indice 2012-2013 | Indice 2011-2012 | Indice 2010-2011 | Nombre en 2013-2014 | Evol 12 moisAnnée N et N+1 | Indice2013-2014 | Indice 2012-2013 | Indice 2011-2012 | Indice 2010-2011 |
| Transports | 7 673 | +13,2 | 114 | 101 | 102 | 103 | 6 801 | +72,2 | 237 | 137 | 105 | 90 |
| Activités financières | 11 802 | +9,7 | 109 | 99 | 95 | 105 | 2 087 | +2,7 | 113 | 111 | 106 | 90 |
| HCR  | 20 037 | +6,1 | 108 | 102 | 95 | 98 | 9 205 | +17,4 | 104 | 89 | 100 | 87 |
| « Industrie » | 13 060 | +5,6 | 76 | 72 | 62 | 72 | 15 463 | +13,8 | 98 | 86 | 109 | 93 |
| Santé, éducation | 28 939 | +5,7 | 126 | 119 | 115 | 110 | 34 750 | +4,3 | 105 | 101 | 98 | 88 |
| Services aux entreprises | 48 907 | +4,4 | 104 | 99 | 97 | 101 | 67 571 | +5,3 | 74 | 71 | 77 | 77 |
| Immobilier | 12 796 | -1,7 | 87 | 88 | 100 | 110 | 3 216 | +43,4 | 112 | 78 | 86 | 95 |
| Sous-total | 143 214 |  |  |  |  |  | 139 093 |  |  |  |  |  |

La construction poursuit la progression des non autoentrepreneurs au détriment des autoentrepreneurs, tout comme les services aux particuliers :

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 2éme groupe : progression des NAE et régression des AE | NAE (indice : base 100 en 2009-2010) | AE (indice : base 100 en 2009-2010) |
| Nombre en 2013-2014 | Evol 12 moisAnnée N et N+1 | Indice2013-2014 | Indice 2012-2013 | Indice 2011-2012 | Indice 2010-2011 | Nombre en 2013-2014 | Evol 12 moisAnnée N et N+1 | Indice2013-2014 | Indice 2012-2013 | Indice 2011-2012 | Indice 2010-2011 |
| Info-com | 10 062 | +10,5 | 108 | 98 | 102 | 104 | 16 194 | -8,9 | 76 | 83 | 89 | 77 |
| Construction | 44 211 | +6,5 | 107 | 100 | 94 | 101 | 32 648 | -1,6 | 63 | 64 | 90 | 78 |
| Services aux particuliers  | 17 334 | +0,2 | 120 | 120 | 89 | 93 | 37 106 | -2,5 | 58 | 60 | 76 | 75 |
| Sous-total | 71 640 |  |  |  |  |  | 85 948 |  |  |  |  |  |

Le commerce, seul secteur d’activité en déclin, dans l’un et l’autre type de création, est toutefois en meilleure situation qu’il y a 6 mois ; ce secteur compte tout de même pour près de 20% des créations :

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 3er groupe : Régression des NAE et des AE | NAE (indice : base 100 en 2009-2010) | AE (indice : base 100 en 2009-2010) |
| Nombre en 2013-2014 | Evol 12 moisAnnée N et N+1 | Indice2013-2014 | Indice 2012-2013 | Indice 2011-2012 | Indice 2010-2011 | Nombre en 2013-2014 | Evol 12 moisAnnée N et N+1 | Indice2013-2014 | Indice 2012-2013 | Indice 2011-2012 | Indice 2010-2011 |
| Commerce | 50 870 | -3,0 | 86 | 88 | 88 | 94 | 56 706 | 0 | 78 | 78 | 84 | 82 |

Les autoentrepreneurs sont pour près de 30% des professions libérales et pour 70% des artisans et commerçants ; 72% ont réalisé des recettes en 2013, en moyenne 9 064€ et un bénéfice de 4 409€ pour ceux qui sont concernés

*« Les autoentrepreneurs en 2013 : leur nombre continue de progresser mais leur chiffre d’affaires moyen diminue », Acosstat N° 202, décembre*

Le nombre d’autoentrepreneurs administrativement actifs fin 2013 est de 911 000 ; 1,716 millions se sont immatriculés depuis le 01 01 2009, alors que 805 000 ont été radiés (dont 94% automatiquement radiés n’ayant fait aucune déclaration de recettes pendant 8 trimestres de suite  et seulement 1,8% pour dépassement de seuil) ; 72 à 78% des autoentrepreneurs administrativement actifs ont été réalisé des recettes au cours des années 2012 et 2013, contre 54% en 2009.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Nombre en millier | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 |
| Nombre d’immatriculations | 335 | 409 | 319 | 334 | 319 |
| Nombre de radiations | 25 | 97 | 212 | 244 | 227 |
| Création nette de comptes | 310 | 312 | 107 | 90 | 92 |
| Nombre de comptes administrativement actifs en fin d’année | 310 | 622 | 729 | 819 | 911 |
| Nombre de compte actifs dans l’année | 167 | 398 | 528 | 635 | 721 |
| % d’actif dans l’année/nombre de comptes administrativement actifs | 54 | 62 | 72 | 78 | 79 |

Fin 2013, la moitié des autoentrepreneurs administrativement actifs ont été immatriculés en 2012 ou 2013 ; ceux issus de 2010/2011 ne sont que 27% des autoentrepreneurs toujours présents fin 2013 ; noter que les nouveaux immatriculés ne sont actifs en termes de recettes que pour un peu plus de la moitié d’entre eux, alors que ceux des générations plus anciennes sont plus actifs (du fait aussi que nombre d’immatriculés de ces années sont radiés) :

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Autoentrepreneurs présents fin 2013 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | Total |
| Nombre d’immatriculés dans l’année en milliers | 100 | 146 | 144 | 239 | 283 | 911 |
| Répartition par année d’immatriculation en % | 11 | 16 | 16 | 26 | 31 | 100 |
| % d’économiquement actifs en 2013 | 89 | 87 | 85 | 67 | 56 | 79 |

Les recettes de l’ensemble des autoentrepreneurs augmentent avec le temps, du fait qu’ils augmentent en nombre, mais la recette moyenne annuelle chute en 2013, au regard de 2011 et 2012 (9 064€ contre 9 300) et le nombre moyen de trimestre d’activité bouge peu (hors bien sur l’année de démarrage) :

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 |
| Nombre de comptes avec recettes (en milliers) | 167 | 398 | 528 | 635 | 721 |
| Recettes globales (en millions €) | 1 073 | 3 364 | 4 912 | 5 919 | 6 534 |
| Nombre moyen de trimestres d’activité | 1,8 | 2,5 | 2,6 | 2,7 | 2,8 |
| Recettes trimestrielles moyennes en € | 3 588 | 3 444 | 3 526 | 3 446 | 3 251 |
| Recettes annuelles moyennes en € | 6 425 | 8 451 | 9 303 | 9 327 | 9 064 |

Alors que la moyenne des autoentrepreneurs économiquement actifs est de 72,1% au regard de l’ensemble des actifs (administratifs), certaines activités sont très actives telles la coiffure (89%), la santé (86%), les activités sportives (81%), alors que d’autres le sont beaucoup moins telles les transports (52%), la commerce/réparation auto (59%), les activités financières et d’assurance (61,5%) ou l’immobilier (62%).

Noter que les professions libérales sont 29,5% des autoentrepreneurs (dont les ¾ d’économiquement actifs) et les artisans-commerçants 70,5% (dont 71% d’économiquement actifs).

Seuls 42% des AE économiquement actifs en 2013 déclarent un chiffre d’affaires sur chacun des quatre trimestres de l’année.

Le bénéfice moyen (forfaitisé selon des barèmes établis) est de 4 409€ (5 033€ pour ceux présents depuis les 8 derniers trimestres) ; il est nettement plus élevé pour certaines activités telles les activités juridiques (10 978 et 10 835€), le conseil pour les affaires et la gestion (7 146 et 7 657€), le conseil/ingénierie (6 725 et 7 432€), le BTP (5 660 et 6 200€), et les finances et assurances (5 338 et 5890€). Il est par contre nettement plus faible pour les activités suivantes : la vente sur les marchés

(1 865 et 2 147€), les métiers de bouche (3 090 et 3 709€), le commerce de détail non alimentaire

(3 093 et 3 645€), les activités artistiques (3 400 et 4 064€), la coiffure (3 544 et 4 684€), la réparation hors automobile (3 693 et 4 298€).

Les professions libérales ont des bénéfices globalement plus élevés (5 710€ par an), contre 3 830€ pour les artisans-commerçants ; en outre, 28% ont un bénéfice supérieur à 7 500€ alors que ce seuil n’est atteint que par 18 % des artisans-commerçants ; au global, 57% encaissent un bénéfice inférieur à 3 000€ et 14% au moins 10 000€ :

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | Moins de 1 500€ | De 1 501à 3000€ | De 3 001à 4 500 | De 4 501à 6 000€ | De 6 001à 7 500€ | DE 7 500à 10 000€ | De 10 000à 15 000€ | Plus de15 000€ | Total |
| Artisancommerçant | Nbre en milliers | 226 | 77 | 48 | 33 | 25 | 34 | 36 | 20 | 499 |
| % | 45,4 | 15,5 | 9,5 | 6,7 | 5,1 | 6,7 | 7,1 | 4,1 | 100 |
| Professionlibérale | Nbre en milliers | 71 | 35 | 23 | 17 | 13 | 17 | 22 | 24 | 222 |
| % | 32,0 | 15,9 | 10,4 | 7,6 | 5,8 | 7,8 | 9,9 | 10,7 | 100 |
| Total | Nbre en milliers | 297 | 113 | 71 | 50 | 38 | 51 | 57 | 44 | 721 |
| % | 41,2 | 15,6 | 9,8 | 7,0 | 5,3 | 7,0 | 8,0 | 6,1 | 100 |

Les femmes sont 38% des administrativement actifs (345 000) et 77% des économiquement actifs (265 000) parmi les immatriculés administratifs femmes, davantage que les hommes (69%).

Ce dispositif est fortement utilisé par les moins de 30 ans et les 60 ans et plus, mais les jeunes sont moins économiquement actifs, alors que cette caractéristique augmente avec l’âge pour atteindre 83% chez les plus de 60 ans, contre 61% chez les moins de 30 ans :

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Moins de 30 ans | 30-39 ans | 40-49 ans | 50-59 ans | 60 ans et plus |
| Nombre d’immatriculés administratifs (en millier) | 169 | 254 | 230 | 156 | 102 |
| Répartition | 18,5 | 27,9 | 25,3 | 17,1 | 11,2 |
| % d’économiquement actifs | 61,0 | 68,2 | 74,9 | 79,4 | 82,8 |
| % d’autoentrepreneurs parmi les indépendants | 60,1 | 48,5 | 46,6 | 48,4 | 59,6 |

Les femmes sont très présentes dans les activités de coiffure (93% des autoentrepreneurs contre 37,9 en moyenne), de santé (77%), juridiques (61%), de soutien administratif aux entreprises (57%) et d’autres services aux personnes (50%).

Les moins de 30 ans sont très présents dans le design spécialisé (32% contre 18,5 en moyenne), les activités informatiques (32%), le commerce/réparation auto (27,3%) et les transports (24,5%).

Les 60 ans et plus sont très présents dans les activités de services aux entreprises dont le conseil pour les affaires et la gestion (29,7%), le juridique (26,7% contre 11,2 en moyenne), et la finance et assurances (21,3%).

Inférieure à 48% dans les régions Bretagne, Pays-de-la-Loire, Basse- Normandie, ainsi que dans les Dom, la part des autoentrepreneurs dépasse 55% en Ile-de-France, en Champagne-Ardenne et en Corse ; toutefois, en Ile-de-France, seulement 66% sont économiquement actifs alors qu’ils sont 78% à déclarer un chiffre d’affaires en Bretagne.

****La parole est aux conseillers transmission des CCI et CMA à propos de reprise d’entreprises****

***Une enquête conduite auprès des conseillers de CCI et CMA pour préparer les journées transentreprise des 4 et 5 décembre ; 51 conseillers, appartenant à 12 régions sur les 15 du réseau transentreprise ont répondu ; une douzaine ont été interrogés par téléphone pour approfondir le propos.***

*****Transentreprise******est un dispositif géré par les Chambres de Commerce et d’Industrie et les Chambres de Métiers et de l’Artisanat en partenariat avec les professionnels de la transmission (notamment notaires, agents Immobiliers et experts-comptables) ; il fonctionne aujourd’hui sur 15 régions ; ce dispositif concerne les offres de transmission de tout type d’activité du ressort de ces structures consulaires (artisanat, commerce, hôtellerie-restauration, négoce, services, industrie...).*

Les champs d’action dominants :

La quasi-totalité des répondants conduisent un accompagnement étoffé, aux actions diversifiées dans 3 domaines d’action à quasi égalité :

- l’élaboration d’un dossier de cession avec diagnostic, et évaluation simple,

 - le pré-rapprochement cédant/repreneur,

- pour le repreneur, la recherche de financement, et le montage de son dossier.

Par contre sont peu citées des actions plus pointues, telles la recherche de repreneur, via une démarche personnalisée et active réalisée à la demande d’un cédant, ou encore la recherche de cible via une démarche personnalisée à la demande d’un repreneur ; l’aspect études (enquêtes, recherches d’analyse sur cette problématique, évaluation des actions conduites…) pour caler les actions à conduire, n’a pas été évoqué par les répondants.

Les actions conduites visent avant tout les cédants, même si l’attention est portée aux repreneurs dans le souci de proposer aux cédants des postulants à la reprise

3 secteurs d’activité prédominent : le commerce (14 réponses), puis l’artisanat (12 réponses) et enfin l’industrie (12 réponses).

En termes de taille, les actions visent avant tout les cessions d’entreprise de un à cinq salariés (31 répondants), une minorité les 5 salariés et plus, peu les sans salarié.

Peu d’évolutions sont attendues en ce qui concerne ces modalités d’intervention ; toutefois 10 répondants envisagent une évolution plutôt défavorable à la qualité de la transmission  (hausse du nombre d’affaires peu viables ou en difficulté prévisible, raz le bol des dirigeants).

L’évolution du marché de la transmission/reprise

Sur les 44 répondants à cette question, 13 estiment qu’il n’y a pas de nouvelles tendances, les 31 autres expriment :

- une situation à venir plus difficile du fait de la concurrence entre les différents acteurs

- qu’il faille tenir compte de l’évolution des activités (développement durable, révolution de l’e-commerce, circuits courts, multi activités…) ;

- de nouvelles pratiques qui accompagnent la transmission/reprise dans le domaine du financement (crédit vendeur, prise de participation, financement participatif et business angel), dans celui du montage juridique (reprise par SASU, SAS, holding de plus en plus fréquente)

- Et pour une forte minorité le développement de la croissance externe par rachat d’entreprise (« demande certaine et solvable »), et la reprise par les salariés (soutenue par la nouvelle loi ESS).

L’évolution du profil des cédants (34 répondants) : le profil du cédant pour cause de retraite est battu en brèche par la cession pour changement d’activité avant la retraite (au plus la moitié des offres de cession)

L’évolution du profil des repreneurs (43 répondants décrivent ces « nouveaux » repreneurs) ;

2 types de repreneurs se confirment depuis plusieurs années :

Les repreneurs de très petites entreprises, d’entreprises « classiques », notamment des reprises dans le même métier que celui exercé par le repreneur, sans grand apport financier, en difficulté pour trouver des financements extérieurs (notamment bancaires), ils sont souvent demandeurs d’emploi, avec pour objectif la création de leur propre emploi, voire « changer de vie et de région » ;

Les repreneurs ex cadres souvent de grands groupes, venant à la reprise d’entreprise parce que démotivés dans leurs précédentes fonctions, ou licenciés, disposant de fonds propres, peu au fait du métier « technique », en recherche de belles entreprises avec salariés (« la pépite que nous n’avons pas en portefeuille ») ; ils sont exigeants et très sélectifs.

Le rôle des conseillers

L’action vise d’abord les cédants potentiels pour jouer le rôle de facilitateur dans le cadre d’une approche généraliste (sensibilisation et conseil), et ce dans le cadre d’un appui individuel ; au-delà, il semble qu’il y ait réorientation.

 Le rapprochement cédant-repreneur suivi dans le temps (jusqu’à son achèvement) est peu évoqué tout comme l’évaluation des actions conduites, et la mise en œuvre de partenariats.

Plus spécifiquement pour les cédants potentiels :

- sensibiliser à la problématique (valorisation, aspects juridiques) pour les aider à anticiper et définir un plan d’action, prendre conscience de la réalité du marché, notamment la réalité des prix de vente

- guider, interfacer, faciliter le parcours du cédant dans une approche généraliste : décrypter les codes de la transmission, les normes réglementaires (CHR), conseiller sur l’évaluation, faciliter le rapprochement cédant/repreneur

- amener cédant et repreneur à construire un projet cohérent, analyser les points forts et faibles des deux parties

- être à l’écoute : approche pédagogique, rôle de confiance

- orienter vers les conseils spécialisés  (« le conseiller doit laisser la place aux experts en leur ouvrant les portes des entreprises »)

- élargir le réseau de diffusion des offres (réseau des prescripteurs), valoriser le support d’annonces labellisé CCI/CMA.

Conseils auprès des repreneurs pour le montage de son dossier de reprise : formalités, formation, aide à la recherche de financement, réglementations, évaluation de la viabilité éco.

Les changements à envisager dans le métier de conseiller

- Un flux de travail plus important (nombre plus grand de chefs d’entreprise souhaitant céder, mise à disposition de nouveaux services et de nouveaux outils)

- La nécessité d’être toujours plus professionnel

- le fait de devoir s’adapter à la concurrence : mieux cerner la place et le rôle de chaque acteur, être réactif, ne pas hésiter à mettre en avant nos offres, valoriser notre positionnement de conseiller neutre et objectif

- Va-t-on vers des prestations de diagnostic et d’évaluation payantes, comme cela se pratique dans quelques compagnies consulaires ? Vers un abandon de la notion « service public », ou une conjugaison des deux, avec des modalités propres à chacun de ces deux types d’intervention

- Un accompagnement davantage dans la durée.

Les difficultés rencontrées (la question suscitant le plus grand nombre de réponses) sont :

* du coté cédants :

- les délais de cession sous-estimés et le manque d’anticipation,

- la surestimation des prix de mise en vente

- la non ou faible viabilité des affaires.

* du coté repreneurs :

- très souvent leur difficile accès au financement et l’absence d’apports personnels,

- la qualification insuffisante,

- le manque de repreneurs dans le cadre des plus petites affaires,

- des repreneurs très sélectifs en ce qui concerne les cadres en recherche de « belles entreprises ».

* mais aussi des questions techniques :

- le manque ou l’inadaptation des outils d’évaluation pour les « petites » affaires, la complexité d’évaluation pour certaines activités

- le trop peu de temps disponible par dossier et pour constituer le réseau de partenaire nécessaire

- la communication insuffisante sur ce que nous pouvons apporter

- le manque de connaissance des affaires à céder.

* plus globalement :

- l’inadéquation marché : l’offre des cédants correspond mal à la demande des repreneurs éventuels du type cadre disposant d’argent, peu expérimentés dans le métier et recherchant des entreprises avec salariés

- la fiscalité et la législation mouvantes

- la concurrence accrue des sites gratuits (le bon coin, par exemple)

- le positionnement CCI/CMA : service public, ressenti comme tel par les cédants et repreneurs, « le manque d’identité et de clarté par rapport à nos champs de compétences ».

Les dirigeants de PME semblent avoir des attitudes proches de ceux des TPE quant à la cession/transmission de leur entreprise (peu préparés à cet exercice, surévaluant le prix de vente, difficulté à faire appel au conseil)

*« Baromètre de la transmission de PME en France, cinquième édition, 2014 », CNCFA (syndicat des professionnels des fusions et acquisitions) et Epsilon Research, novembre*

*L’Observatoire CNCFA EPSILON de la transmission de PME, créé en février 2010 par EPSILON RESEARCH et le CNCFA a pour objectif d’éclairer les acteurs professionnels et les pouvoirs publics sur les évolutions du marché de la transmission des PME en France et pallier l’absence de statistiques nationales sur le sujet.*

*Le marché suivi est celui des transmissions internes (familiales / salariés) et externes (cessions /reprises) des 20 à 249 salariés avec un chiffre d’affaires compris entre 2M€ et 50M€, tous secteurs (industrie, commerce, services hors l’immobilier), en France (siège social de la cible).*

*« L’analyse de la structure du marché est effectuée à partir de données macro-économiques et d’études spécifiques réalisées par des acteurs publics ou privés, dont nous effectuons une synthèse régulière ».*

*Les principales sources d’information utilisées pour évaluer ce marché sont :*

*- Le Répertoire Sirene (Insee) pour le nombre et la répartition des PME* (*90.828 entreprises de 20-249 salariés)*

*- Fiben (Banque de France) pour la répartition des PME selon le type d’actionnariat (indépendantes ou non)*

*- Diane (Bureau Van Dyck) pour la répartition des PME indépendantes selon l’âge du dirigeant*

*- EMAT (Epsilon Research) pour l’actionnariat des acquéreurs / cibles (PME) reprises*

*- L’observatoire BPCE pour les taux de cession / transmission des PME : taux de 8,5%, dont cession : 7,2%, transmission interne : 1,3%*

Selon les auteurs, BPCE l’Observatoire ne comptabilise pas les cessions-transmissions de PME, mais un certain nombre d’opérations financières et d’évènements au sein des entreprises qui sont interprétés comme des cessions-transmissions, estimant qu’une partie des opérations recensées sont plutôt liées à des réorganisations internes (intra-groupe) plutôt que des cessions ou transmissions, impliquant un changement de contrôle ; il y aurait surestimation de la taille réelle du marché par BPCE.

Les auteurs estiment, pour leur part, le marché de la cession/transmission des 20-249 salariés en 2014 à 5 300, dont 4 100 cessions (78%) et 1 200 transmissions intrafamiliales (22%).

Les dirigeants de PME de plus de 50 ans qui anticipent une cession de leur entreprise dans les 10 ans envisagent des solutions externes (vente à un concurrent, 41%, ou à une personne hors de la famille, 41%, à une autre entreprise, 37%), plutôt qu’internes (famille, 37% ou salariés, 30%), et ce d’autant plus que l’échéance de la transmission se rapproche.

Le taux de 1,3% (au regard de l’ensemble des PME) de transmission intrafamiliale est plus élevé pour les 20-249 salariés que pour les 10-19 salariés (1,04%) et pour les ETI (0,66%).

Le taux de 22% de transmission interfamiliale (au regard de l’ensemble des cessions de PME) est faible au regard de nos voisins européens (Allemagne, 51%- Autriche, 75%- Italie, 80%), du moins selon la seule source identifiée, le rapport TransRegio de 2006 (méthodologie approximative).

La France se distingue aussi de ses principaux partenaires européens par le rôle important du LBO small cap (ou « Capital Transmission ») où elle représente sur les 7 dernières années, les données de l’ECVA (EuropeanVenture Capital Association), autour de 45% du marché des LBO <15M€ sur la zone euro, une part très supérieure à celle des autres pays européens.

Toutefois, une baisse tendancielle des transmissions intrafamiliales est observée dans plusieurs pays (essentiellement de l’Europe du Nord):

- En Finlande un sondage récent auprès des dirigeants d’entreprises de plus de 55 ans révèle que 38% envisagent une cession à un tiers, seuls 20% pensant trouver un successeur au sein de leur famille.

- Au Danemark, une étude de 2005 portant sur la période 1995-2003 montrait qu’en moyenne 63% des transmissions étaient intrafamiliales, un chiffre qui passe à 24% dans une étude plus récente.

- En Autriche, une étude de 2010, reprenant les résultats d’une enquête régulière effectuée par l’Austrian Institute for SME Research, montrait que la proportion des transmissions intrafamiliales avait diminué régulièrement sur une décennie: de 75% en 1996 à 50% en 2006.

- Au Royaume-Uni, un sondage de SBS réalisé en 2012 indique que seuls 26% des dirigeants pensaient transmettre leur entreprise au sein de la famille (un chiffre qui tombe à 12% pour les PME), 69% envisageant une cession à un tiers.

« Les raisons de cette chute du taux de transmissions intrafamiliales, tels qu’elles ressortent d’interviews, tiennent aux deux parties: pour les dirigeants, le successeur doit maîtriser davantage de compétences pour gérer l’entreprise dans un environnement plus difficile, ce qui ne place pas nécessairement les enfants en position privilégiée; pour les successeurs potentiels (qui ont souvent fait des études plus poussées), il y aurait plus d’opportunités de carrière en dehors de l’entreprise familiale, sur un marché du travail plus ouvert qu’auparavant ».

L’évolution du marché : *Le marché suivi pour l’Observatoire est celui des reprises (majoritaires) de PME d’une valeur de 1M€ à 50M€, incluant les acquisitions par les industriels, recensées par les bases de données CorpfinDeals (groupe Experian), et EMAT d’Epsilon Research et les LBO, recensés par l’AFIC (afic-data.com).*

Le marché des Fusions & Acquisitions de PME est en baisse de 14% (en volume comme en valeur) en 2014, et l’activité stagne depuis 6 ans à son niveau de 2009. Il a subi un triple choc avec la crise financière de 2008/2009, ayant entrainé une chute des marchés et des prix, la crise de la zone euro de 2011/2012, et le choc réglementaire et fiscal spécifique à la France en 2012/2013 (loi Hamon).

Les acquéreurs étrangers de PME françaises (données révisées *CorpfinDeals*) représentent en 2014 28% des acquéreurs, contre une moyenne de 35% sur la période 2000-2008, avec une augmentation de la part des acquéreurs de la zone Euro (44% des acquéreurs étrangers), et une baisse marquée des acquéreurs nord-américains (22%) et asiatiques (10%).

L’appréciation du marché par les professionnels (les répondants représentent 10% du marché) :

Le chiffre d’affaires 2014 a augmenté pour 44% des cabinets, stable pour 26% et en baise de plus de 10% pour 26% des cabinets.

Le délai moyen de conclusion des transactions continue de progresser, de 12,4 mois à 12,5 mois en 2014

Les difficultés rencontrées sont le manque de visibilité vis-à-vis des chefs d’entreprise (61% cités dans les 3 choix), en forte progression depuis l’année dernière, la difficulté d’obtenir des mandats (58%), les conseils ayant du mal à être reconnus comme interlocuteurs stratégiques par les dirigeants, la question de la règlementation (47%, en hausse de 11 points) et la difficulté de l’acquéreur à trouver le financement (40%).

Les dirigeants de PME, aux dires des répondants, depuis la création du baromètre, ont toujours une connaissance médiocre du processus de cession et sont mal préparés à cet exercice ; de plus, ils surestiment la valeur de leur entreprise ; 50% des conseils estiment les prix des PME encore surévalués (en hausse de 7%).

Entrepreneuriat, sensibilisation à l’entrepreneuriat

Les idées les plus fréquemment associées à l’entreprise sont largement positives pour les français : ****esprit d’équipe**** (49% des citations), ****croissance et création de richesse**** (43%) ****relations, liens, rencontres**** (43%), ****opportunités de carrières**** (42%), ****dynamisme, performance**** (41%), moins les idées d’épanouissement personnel (33%), de compétitivité (30%) ou d’’innovation (27%), de course au profit (24%) et l’idée d’exploitation des salariés (21%).

*« Les français à l'heure de l'entrepreneuriat », le Monde et Ipsos, novembre*

***Un sondage auprès de 103 personnes (ce qui est vraiment peu) de plus de 18 ans, entre le 7 et le 12 novembre***

89% des français ont une ****bonne image**** de l’entreprise (23% une très bonne image), quelque soit leur tendance politique : certes davantage ceux qui sont de droite avec 93% une bonne image dont 37% une très bonne image, mais aussi les sympathisants du FN (93/19), du PS (90/21), ou du Front de Gauche et du PCF (75/7).

Au-delà de cette évocation générale, les idées les plus fréquemment associées à l’entreprise sont largement positives. Il s’agit en premier lieu de ****l’esprit d’équipe**** (cité par 49% des Français), suivi de ****la croissance et la création de richesse**** (43%) des ****relations, liens et rencontres**** (43%), ****des opportunités de carrières**** (42%), du ****dynamisme et de la performance**** (41%), moins les idées relatives d’épanouissement personnel (33%), de compétitivité (30%) ou d’’innovation (27%) ; sont nettement encore moins citées la course au profit (24%) l’idée d’exploitation des salariés (21%), celle de conflits et de rapports de force (18%).

La bonne image de l’entreprise est majoritaire dans toutes les catégories de population, quels que soient le sexe, l’âge et le niveau de diplôme des personnes interrogées. Elle est ****très**** ****largement majoritaire chez les salariés du secteur privé****, davantage que les salariés du public.

Même si elle reste très minoritaire, l’image négative de l’entreprise est un peu plus forte chez les ouvriers (15%) et surtout les sympathisants du PCF/Front de gauche (25%) ; ces derniers sont les seuls à rattacher l’entreprise à l’idée d’exploitation des salariés (53%, en tête dans leur classement).

Les Français expriment également un ****sentiment de fierté**** pour les entreprises françaises : 76% des personnes interrogées s’accordent à dire que les entreprises françaises contribuent au rayonnement de la France dans le monde, une idée davantage soulignée par les catégories supérieures (82% des cadres et 81% des diplômés du supérieur).

Les français se montrent plutôt heureux dans leur travail : la vie professionnelle est ****une source d’épanouissement**** ****pour 74%**** des actifs (dont 26% très affirmatifs) ; 52% (dont 19% très affirmatifs) déclarent toutefois ne travailler que par nécessité (uniquement pour gagner leur vie), 25% (dont 7% très affirmatifs) affirmant que leur travail est une corvée.

Les salariés du secteur privé sont plus conscients de contribuer à la réussite de leur entreprise ou organisation que ceux du secteur public (90 contre 81% et très 36 contre 22) ; ils sont aussi très attachés à leur entreprise/organisation (73 et très 22, moins pour ceux du public avec 17% de très).

Bien sûr, les personnes à leur compte se disent plus souvent épanouis (95% dont très épanouis 51%) ; toutefois leur travail est une corvée pour 16% (dont très 4%).

Pour les sondés, la France n’est pas un pays propice à la création d’entreprise : pour 74% d’entre eux, il est ****difficile de créer une entreprise en France****; 82% pensent que ****l’environnement français est décourageant**** pour les créateurs d’entreprise ; 83% affirment qu’ils ne sont pas assez valorisés.

Pour 71% des personnes interrogées, les pouvoirs publics n’aident pas assez les entreprises ; cette idée est majoritaire y compris chez les sympathisants socialistes (55%) ; 80% estiment que ****l’Etat doit faire confiance aux entreprises et leur donner plus de liberté****.

Si les Français sont favorables à davantage d’aides aux entreprises, c’est aussi parce qu’ils pensent que ****les entreprises joueront le jeu en cas de reprise économique****: pour 65% les entreprises qui bénéficient aujourd’hui d’aides publiques créeront des emplois de demain si leur activité s’améliore ; de même que 60% pensent qu’elles développeront leur activité en France plutôt qu’à l’étranger : sur ces deux points, l’optimisme est majoritaire chez les sympathisants UMP (respectivement 72% et 65%) comme chez les sympathisants PS (67% et 63%). En revanche, les sondés sont moins optimistes sur les salaires : 73% pensent qu’en cas de reprise, les entreprises ayant bénéficié d’aides ne les augmenteront pas.

Bien que leur image des entreprises soit très bonne, les Français ne les idéalisent pas pour autant : pour 73%, les entreprises en France ****n’agissent pas assez pour limiter l’impact de leurs activités sur l’environnement****, ****pour favoriser le dialogue social**** (74%) ou ****pour améliorer le bien-être des salariés**** (79%) ; toutefois ils ne sont plus que 56% en ce qui concerne la qualité des produits et des biens mis sur le marché, 41% répondent que les entreprises s’en préoccupent comme il faut.

En revanche, ****les critiques sont sévères sur le « produire pas cher »**** : 70% des personnes interrogées pensent que les entreprises n’en font pas suffisamment pour limiter leur approvisionnement dans les pays à bas coûts et 78% qu’elles ne valorisent pas assez les produits « made in France ».

Dans ce contexte, le succès d’une création d’entreprise repose très fortement sur la motivation et les qualités individuelles de l’entrepreneur. Quelles sont-elles ? Les répondants pouvaient choisir deux réponses dans les items proposés. Les entrepreneurs doivent avant tout avoir ****une vision à long terme du développement**** (49% de citations), davantage que de faire preuve d’originalité et d’innovation (33%) ; le fait d’être leader est souvent cité : à l’écoute (27%), choix judicieux des collaborateurs (23%), meneur d’hommes (22%), savoir décider (16%) ; par contre le goût du risque (11% de citations) et la saisie d’opportunité (15%), qualités essentielles d’un entrepreneur, sont fort peu citées.

Un éclairage sur les représentations qu’ont les hommes sur le travail des femmes, dans les domaines techniques et managériaux

*« Femmes dans des « métiers d'hommes » : entre contraintes et déni de légitimité », Bref du CEREQ, N° 324, novembre*

Pour une femme, exercer un métier traditionnellement masculin, c'est prendre le risque de se heurter à des résistances. Si des accords d'entreprise sur l'égalité professionnelle sont parfois signés, ils ne suffisent pas à protéger les femmes du sexisme. En pratique, faire ses preuves ne suffit pas. Les techniciennes de terrain se heurtent à l’absence à priori de légitimité dans le domaine technique ; pour les ingénieures, les responsables de projets ou les manageuses, c’est l’exigence d’une forte disponibilité liée à la fonction et, en corollaire, les difficultés d'articulation avec la vie familiale.

Dans des métiers techniques de tous temps masculins, les représentations et rapports sociaux semblent bien davantage figés que les technologies et renvoient à des stéréotypes et préjugés liés aux capacités physiques des femmes ou à leur place au travail. Le sexisme est ambivalent puisqu’il est formé de deux composantes clairement différenciées : l’hostilité et la bienveillance (confinant à certains rôles, mais de façon positive) ; le manque de confiance est une autre facette et s’accompagne souvent d’une période de mise à l’épreuve.

Face à ce sexisme ordinaire, les attitudes de défense des femmes divergent ; la plupart du temps, elles font « profil bas », ou se sentent obligées d’en faire « deux fois plus « ; une autre forme de résistance consiste à remercierles hommes de les avoir mises à l’épreuve. Pour échapper aux processus de stigmatisation, ces femmes sont confrontées à une double contrainte : maîtriser une gestualité « masculine », tout en démontrant leur appartenance à la catégorie femme.

« Susciter l'esprit d'entreprendre plutôt que la création d'entreprise »

*« Entrepreneuriat : la formation à l'américaine », EducProf.fr via l’étudiant, novembre*

Stanford et Berkeley, les deux prestigieuses universités de la Silicon Valley, ne se contentent pas de récolter les fruits de cet écosystème unique ; elles renouvellent leur pédagogie afin de continuer à faire émerger une nouvelle génération d'entrepreneurs, avec des centres dédiés à la formation et la recherche autour de la création d'entreprise : « susciter l'esprit d'entreprendre plutôt que la création d'entreprise »

Ainsi, l'école d'ingénieurs de Stanford compte en son sein le STVP, Stanford Technology Venture Programs, dont l'objectif est d'accélérer l'enseignement de l'entrepreneuriat à Stanford et à travers le monde, rassemblant outre des cours, 3.000 vidéos et podcasts gratuits sur le sujet.

"Nous ne sommes pas un incubateur, nous sommes une université…. Nous voulons simplement aider les étudiants à lever les barrières mentales qui existent, à acquérir les compétences, les attitudes et le savoir qui leur permettront de transformer les problèmes en opportunités »

Par ailleurs, la principale innovation d’UC Berkeley est la "Lean LaunchPad Class", inspirée par les méthodes du Lean Start-up ; le principe est de partir des besoins des clients plutôt que d'enseigner l'entrepreneuriat en débutant par "comment rédiger un business plan" ; la « formation » dure dix semaines avec des équipes d'étudiants venus de différents horizons tester leur business model sur le terrain ; ils reviennent une fois par semaine en cours pour débriefer ; chaque groupe est assisté d'un mentor, un entrepreneur chevronné.

Les incubateurs se rebaptisent peu à peu accélérateurs des projets des étudiants et alumni de Stanford ; depuis sa création en 2010, il a aidé 2.000 d'entre eux à créer 500 compagnies. Mentorat, rencontres informelles entre entrepreneurs ou avec des investisseurs, on y joue la carte de la communauté et de l'open innovation, pour activer le processus d'incubation.

TPE, artisanat, PME

Les TPE emploient davantage de CDD (21,5%), dont la moitié sous forme de contrat aidé (apprentissage majoritairement), et davantage de temps partiel (28,5%) que les entreprises de 10 salariés et plus*.*

*« L’emploi dans les très petites entreprises fin 2013 ; un tiers des TPE ont un seul salarié », Dares Analyses, N° 99, décembre*

*Une limite à ce travail : on ne sait pas comment sont classés les dirigeants salariés, comme salariés (vraisemblablement) ou comme non-salariés ?*

Au 31 décembre 2013, plus d’un million d’entreprisesde 1 à 9 salariés emploient 3 millions de salariés (hors intérimaires et stagiaires), soit 20% des salariés du secteur concurrentiel, avec en moyenne 2,9 salariés, mais plus de la moitié en emploient 1 ou 2.

Les entreprises « mono-salarié » sont particulièrement implantées dans la santé et l’action sociale, les activités immobilières ou dans les arts, spectacles et activités récréatives ; dans la santé, il s’agit en très grande majorité d’emplois de secrétariat ou d’assistants médicaux travaillant dans un cabinet libéral (médecin, dentiste, vétérinaire, radiologue, etc.) ; dans les activités immobilières, les entreprises «mono-salarié» regroupent des négociateurs, gérants salariés d’une agence immobilière, gardiens d’immeuble.

Au 31 décembre 2013, près de la moitié des TPE (630 000) comptent au moins un non-salarié.

21,5% des TPE (224 000 entreprises) ont des salariés en CDD ; la part de salariés en CDD est un peu plus élevée dans l’industrie que dans la construction et le tertiaire tout comme dans les entreprises de 10 salariés ou plus ; les entreprises « mono-salarié » recourent moins que les autres à ce type de contrat.

Par ailleurs, 13,7% des salariés des TPE occupent un emploi en CDD (7,6% dans les entreprises de 10 salariés ou plus) ; cette proportion progressait légèrement chaque année depuis 2009 et s’était significativement accrue en 2012 (passant de 11,7% au 31 décembre 2011, à 13,9% fin 2012).

Près de la moitié des CDD sont des emplois aidés : des contrats d’apprentissage (67,3%), de professionnalisation (14,3%) et des contrats uniques d’insertion (13,9%).

7,5% (6,2% en 2012) de l’ensemble des salariés des TPEsont un emploi aidé (230 000 salariés), soit 28% de l’ensemble de ces contrats en France métropolitaine (marchands ou non), contre 20% en 2000 ; la proportion de salariés des TPE en emploi aidé s’échelonne de 2,6% dans les activités financières et d’assurance à 14,9% dans les arts, spectacles et autres activités de service aux personnes.

Par ailleurs, 16,5% des TPE (170 000 entreprises) ont des salariés en emploi aidé ; si les ¾ emploient un seul salarié en emploi aidé, 18% en emploient 2 ; 13 % n’ont pas d’autres salariés que celui en emploi aidé (surtout en construction ou réparation automobile recourant à un apprenti, ou dans le secteur des arts, spectacles et activités récréatives employant un salarié en CUI-CAE).

La durée hebdomadaire moyenne de travail est de 36,3 heures pour les salariés à temps complet, une durée stable par rapport à 2012 : à comparer à 36,5 heures pour les 10-19 salariés, et à 35,6 heures pour l’ensemble des plus de 10 salariés ; ceci étant, les salariés à temps complet des TPE sont moins nombreux à travailler moins de 36 heures par semaine (65,9%, contre 83,2% dans les entreprises de 10 salariés ou plus) ; Ils ont en revanche plus fréquemment une durée hebdomadaire de travail supérieure à 39 heures (26,2%, contre 8,9% dans les entreprises de 10 salariés ou plus).

Le temps partiel est plus fréquent dans les TPE (28,5% contre 16,2% dans les entreprises de 10 salariés ou plus) ; dans l’enseignement privé, la santé et l’action sociale, ce sont plus de la moitié des salariés qui travaillent à temps partiel ; ils sont en revanche relativement peu nombreux dans la construction.

Le recours au temps partiel diminue avec la taille de l’entreprise, passant de 39,6% dans les entreprises « mono-salarié » à 21,9% dans les 6-9 salariés, 17,9% dans les 10-99 salariés et 15,3% dans les plus de 100 salariés.

La durée hebdomadaire moyenne de travail des salariés à temps partiel est de 18,5 heures ; 69% effectuent moins de 24 heures par semaine.

Conjoncture

L’Ile-de-France résiste mieux que le reste de l’économie française tant en terme de taux de chômage, en création d’entreprise et de défaillances

*« La situation de l’emploi et de la conjoncture économique en Ile-de-France à l’automne 2014 : l’économie francilienne fait mieux que le reste de la France… mais sans éclat. », CROCIS, décembre*

La conjoncture en France :

Après avoir enregistré au deuxième trimestre 2013 son rebond le plus significatif (+ 0,7%) depuis le premier trimestre 2011, la croissance hexagonale en 2014 tourne au ralenti (stable au premier trimestre, - 0,1% au second trimestre) ; après cette inflexion, le PIB français est reparti à la hausse au troisième trimestre (+ 0,3 %).

Autre indicateur : la faiblesse de l’inflation : +2,5% début 2012, contre +0,5% en octobre 2014.

Dans ce contexte, la consommation des ménages reste bien trop faible pour jouer le rôle de moteur de la croissance qu’elle a joué sur la période 1997-2007 ; en 2014, les variations trimestrielles ont certes été positives aux deuxième et troisième trimestres (respectivement + 0,6% et + 0,2%) mais elles faisaient suite à une baisse importante au premier trimestre de l’année (- 1,0%).

Parallèlement, les investissements sont toujours orientés à la baisse ; après une inflexion de 0,8% sur l’ensemble de 2013, les replis s’enchaînent trimestre après trimestre et l’acquis pour 2014 après le troisième trimestre est désormais de -1,6%.

Le commerce extérieur qui avait eu une contribution quasi-nulle à la croissance du PIB français en 2013 s’est encore affaibli en 2014 (replis de 0,1% et de 0,2% au cours des premiers trimestres 2014). Néanmoins, le déficit commercial a continué à diminuer en 2014 : en septembre, le solde commercial cumulé sur les douze derniers mois a été déficitaire de 59,1Md€, soit 2,1Md de moins que les 61,2Md€ de 2013 et, surtout, 15,1Md de moins que le « record » de 74,2Md€ de 2011.

L’emploi : après avoir créé à nouveau des emplois de fin 2009 à mi-2011, le marché de l’emploi suit, depuis, une tendance baissière : 178 200 emplois salariés marchands ont été détruits entre le deuxième trimestre 2011 et le deuxième trimestre 2014 ; toutefois la tendance à la baisse s’est atténuée depuis le printemps 2013 ; le taux de chômage en France métropolitaine est resté stable tout au long du premier semestre 2014 (à 9,7%)

L’activité économique et l’emploi en Ile-de-France résiste mieux que le reste de l’économie française.

- Le taux de chômage régional (8,6% au deuxième trimestre 2014) est plus faible qu’en France et s’est stabilisé ; il est toutefois le plus élevé depuis 2000 ; le nombre de demandeurs d’emploi franciliens n’ayant eu aucune activité a franchi le cap des 650 000 en juin dernier.

- L’emploi salarié est reparti à la hausse : Il est aujourd’hui supérieur de 1,6% à son point le plus bas d’après-crise et n’est plus inférieur que de 0,6% à son plus haut niveau des années 2000 (contre -3,3 % au niveau national).

Les contrats d’intérim sont en hausse de 1,8% par rapport à 2013 mais demeurent inférieurs à l’avant-crise

Parmi les entreprises franciliennes qui ont cherché à embaucher, six sur dix ont rencontré des difficultés à recruter (46% dans les grandes entreprises, 71% dans les PME de l’industrie), du fait de la pénurie de candidats ou de l’inadéquation de la formation des candidats par rapport au poste

- le nombre de défaillances d’entreprises reste contenu

- la fréquentation hôtelière reste à des niveaux élevés

- le nombre de création d’entreprise augmente ; dans la continuité du mouvement observé depuis le printemps 2013, le nombre de créations d’entreprises « classiques » (hors « autoentrepreneurs ») sur les quatre derniers trimestres est de 67 931 créations, soit une hausse de 7,7% et 3,1% au regard de 2012 et 2013 ; le nombre d’autoentrepreneurs, a par ailleurs augmenté de 3,3% et 0,8% au premier et au deuxième trimestre 2014.

Mais comme c’est le cas depuis mi-2012, les échanges commerciaux continuent à tourner au ralenti : les importations ont fléchi de 2% par rapport à 2013 et les exportations de 0,5% ; avec 52,1Md€ sur les douze derniers mois, la baisse est toutefois de 10,4% par rapport au record historique de 58,1Md de 2008.

La situation selon les activités :

* 43% des entreprises industrielles ont connu une baisse de leur chiffre d'affaires et 22% une hausse ; 40% ont déclaré des investissements en baisse, mais 17% prévoient d’augmenter leurs investissements ; les ¾ ont stabilisé leurs effectifs, 17% les ont réduits et 7% ont embauché
* 51% des commerçants ont constaté une baisse de leur chiffre d’affaires, contre 21% une hausse. 36% ont diminué leurs investissements sur les premiers mois de 2014, mais 20% se disent prêts à investir dans les mois à venir, essentiellement pour gagner en efficacité et pour renouveler des équipements usagés. 80% ont maintenu leurs effectifs.
* 42 % des chefs d’entreprise du secteur des services ont déclaré un recul de leur chiffre d'affaires et 24% une hausse ; 30% ont réduit le niveau de leurs investissements ; malgré tout, les effectifs sont restés stables pour 76%.
* 46% des dirigeants de la construction ont constaté un chiffre d'affaires en retrait ; 43% ont diminué leurs investissements, alors que 11% les augmentaient 64% ont stabilisé leurs effectifs, 24% les ont réduits
* Le nombre de nuitées dans l’hôtellerie sur 2013 (67,5 millions) avait été inférieur à celui de 2012 (68,1 millions) et de 2011 (68,0 millions) ; il devrait être de 67 millions pour 2014.

Financement, aides financières publiques

Le capital développement concerne 57% des entreprises françaises concernées par le capital-risque, 24% la transmission et 18% la création innovante ; 17% sont des TPE, 57% des PME, 24% des ETI et 2% des grandes entreprises

*« Impact économique et social des acteurs français du capital-investissement en 2013 », AFIC/Ernst Yung, décembre*

*La collecte a été effectuée, par internet, auprès de 243 sociétés de gestion membres de l’AFIC, dont 206 avec des données complètes ; les données complètes de chiffre d’affaires et d’effectifs Monde au 31 décembre 2012 et 2013 ont été obtenues pour une population de 2 889 entreprises françaises. 89% des entreprises soutenues par l’AFIC sont en France (dont parmi elles 39% en Ile–de-France et 12% en Rhône-Alpes).*

La croissance des chiffres d’affaires cumulée sur 4 ans (du 31 décembre 2009 au 31 décembre 2013, base 100 en 2009) a été de 20,7% contre 9 pour l’ensemble des entreprises et de 1,4% entre 2012 et 2013 (1,7% hors entreprises cotées) ; le capital innovation a augmenté le plus (+18,4% contre 2,5% pour la transmission et 1,1% en capital développement).

La croissance des effectifs a été de 1,6% (+36 097 employés, ou +17 773 si l’on exclue les grands entreprises), contre -0,4% et -68 100 employés pour l’ensemble du secteur marchand ; depuis 2009, les effectifs (compris les grandes entreprises) ont augmenté de 253 128 salariés alors qu’ils diminuaient de 59 800 pour l’ensemble des secteurs marchands.

Le capital innovation est celui qui a la plus forte évolution en termes d’effectif (+6 4% contre +2,1% en transmission et +1,3% en développement).

Par secteur d’activité, la situation est la suivante :

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Informatique | Médical/biotech | Transports/entreposage | Industrie | Télécom | BTP |
| % au sein des entreprises concernées | 15 | 8 | 18 | 17 | 4 | 6 |
| Evol des effectifs 2012-2013 en % | +5,8 | +4,6 | +3,5 | +2,7 | +1,3 | -0,7 |
| Evol du nombre d’employés | + 6 644 | + 4 718 | + 17 159 | + 9 953 | + 486 | -1 956 |
| Evol du CA en % | +10,0 | +5,9 | +1,3 | +4,1 | -1,9 | -0,2 |

Les femmes sont 13% dans les comités exécutifs des sociétés de gestion du capital risque, 19% des équipes d’investissement, mais 41% de leurs salariés (37% en 2010)

*Club AFIC « avec Elles », « étude sur la mixité dans le Capital Investissement », AFIC/Deloitte, novembre*

*Cette 4éme enquête a été administrée auprès de 276 membres actifs de l’AFIC, avec 107 réponses en retour (dont 79 déjà répondants à l’enquête précédente), représentant 65% des montants totaux sous gestion*

Les femmes progressent dans tous les niveaux hiérarchiques des sociétés de capital-risque, notamment dans le groupe des chargés d’affaires et progressent un peu plus que les hommes quant aux promotions et au nombre de stagiaires.

En 2013 les femmes ont représenté 30% des recrutements totaux, un chiffre en hausse constante par rapport à 2011 et 2012 ; 39% des chargés d’affaires recrutés sont des femmes.

Les profils et viviers de recrutement des hommes et femmes sont relativement similaires : ils et elles sont issus à plus de 50% d’écoles de commerce, à 29% de l’université, à 23% d’écoles d’ingénieur ; ils et elles proviennent de banques d’affaires, de services de conseil en transaction, de l’Industrie et d’autres sociétés de gestion entre 57% et 68%.

45% des répondants indiquent avoir un objectif de mixité au sein de leurs équipes mais peu d’actions spécifiques sont véritablement engagées ; seulement 7% des sociétés de gestion ayant participé à l’étude mettent en place des actions spécifiques pour les femmes au sein de leur structure ; 6% souhaitent en mettre en place. Ceci étant, la mixité au sein des équipes de gestion est très largement perçue comme un facteur impactant positivement l’attractivité auprès des investisseurs (44%), l’amélioration de la prise de décision (47%), l’amélioration de l’évaluation du risque (50%), la gestion des crises et des conflits (59%), ainsi que l’excellence organisationnelle (77%).

En 2013, 27% des répondants ont un objectif de mixité dans les Conseils d’Administration de leurs participations.

**La définition et la mise en œuvre des contrats de Plan Etat-Région 2007-2013 fait l’objet de critiques importantes de la Cour des Comptes**

*« Les contrats de projets état-régions (CPER)», Cour des Comptes, enquête demandée par la commission des finances du Sénat, juillet Extraits du résumé*

Le manque de cadrage stratégique

« Conçus initialement pour assurer la déclinaison du plan de la Nation à l’échelon de la région, les contrats de projets État-Régions (CPER) ont perdu leur référence à une stratégie nationale préalablement définie…. Les contrats sont devenus, pour l’essentiel, un instrument de mise en œuvre d’objectifs européens, d’ailleurs imparfaitement pris en compte... Leur caractère national et leur importance pour le développement du territoire justifieraient pourtant que chaque génération nouvelle de CPER soit précédée d’un débat au Parlement définissant la stratégie à mettre en œuvre.

Les régions ont adopté des schémas régionaux de développement, à la mise en œuvre desquels les CPER n’ont d’ailleurs qu’imparfaitement contribué.»

Une articulation avec les fonds européens en progrès relatif

« Si des progrès ont été constatés dans l’articulation entre les CPER et les fonds européens (harmonisation des durées, complémentarité des financements, particulièrement dans les régions bien dotées en crédits européens), la réalisation est restée loin des intentions sur plusieurs points : les procédures, qui demeurent éloignées les unes des autres ; le suivi financier par l’outil Présage, qui s’avère inopérant pour la connaissance des fonds européens engagés dans les CPER ; les structures prévues d’évaluation, communes aux contrats et aux fonds, qui n’ont pas ou peu fonctionné. »

La concurrence des programmes sectoriels nationaux s’est aggravée sous l’effet de la crise économique

« …La pratique de l’État consistant à engager en parallèle des CPER, des programmes spécifiques sur des sujets recouvrant tout ou partie de leur contenu, a été particulièrement forte au cours de la période 2007-2013 : programme sectoriels par exemple pour les transports, mais aussi plan de relance, plan campus et programme d’investissements d’avenir.

Des financements en recul, ciblés sur l’objectif d’attractivité et de compétitivité

« …Après une forte montée en puissance jusqu’à la 4ème génération (2000-2006), la génération 2007-2013 a été marquée par un coup d’arrêt qui s’explique pour l’essentiel par l’absence des volets transports et enseignement supérieur/recherche…...Pour plusieurs secteurs, tels l’écologie, l’agriculture, l’emploi ou la formation professionnelle, une partie des actions et des financements inscrits relève d’un effet d’affichage : beaucoup d’opérations auraient été de toute façon engagées en l’absence d’un CPER….Le saupoudrage des crédits et l’inscription de petites opérations d’un montant financier peu élevé, déjà relevés lors des générations précédentes, ont été de nouveau constatés.

Dans une période de raréfaction des ressources publiques, une définition mieux affirmée des priorités est absolument nécessaire, afin que désormais chaque contrat se concentre, dans le cadre d’une stratégie nationale prédéfinie, sur les priorités réelles de la région et non sur une liste de projets sans effet structurant.

Les volets territoriaux présentent un contenu d’une grande diversité, ce qui ne permet pas d’en dégager de véritable ligne directrice….Les contrats de projets inter-régionaux connaissent des difficultés de mise en œuvre et de suivi qui justifieraient une meilleure coordination. »

Un pilotage et une évaluation éloignés des ambitions

« Le cadre normatif fixé en 2007 ambitionnait de rationaliser les outils et les instances de pilotage des contrats. Dans les faits, le pilotage s’est souvent avéré informel et parcellaire. Le système d’information Présage, censé constituer la clef de voûte de la gouvernance et l’outil de suivi partagé de l’exécution des contrats, s’est révélé très insuffisant pour des raisons qui tiennent à la fois à sa conception et à son manque d’appropriation par les acteurs, en particulier régionaux. »

« Le taux d’exécution des contrats reste éloigné de l’objectif….le taux d’engagement constaté au 25 mai 2014 serait de 64,4% pour les CPER (hors outre-mer et contrats interrégionaux), soit 17 Md€ sur 26,4Md€. Les paiements effectifs à la même date atteindraient 60,5 % des opérations engagées (10,3 Md€ sur un total de 17 Md€) ».

« Au total, la vocation des CPER doit être aujourd’hui repensée, afin de les rendre plus clairs, plus sélectifs dans leurs objectifs et de mieux les articuler avec les autres instruments de politiques publiques, en particulier avec les plans sectoriels et les programmes d’investissements d’avenir fondés sur la logique des appels à projets. Le nouveau contexte institutionnel en préparation, avec la réduction du nombre des régions et le renforcement de leurs compétences en matière économique, peut constituer à cet égard une opportunité pour la préparation de la future génération des contrats État-régions. »

L’EVALUATION DES AIDES ACCORDEES PAR LE FISAC

*« FISAC : Rapport d’activité 1992-2013 », DGE, non daté*

*Créé par la loi n° 89-1008 relative au développement des entreprises commerciales et artisanales et à l’amélioration de leur environnement économique, juridique et social, le Fonds d’intervention pour la sauvegarde de l’artisanat et du commerce (FISAC) avait pour vocation de répondre aux menaces pesant sur l’existence des services artisanaux et commerciaux de proximité dans des zones rurales ou urbaines fragilisées par les évolutions économiques et sociales. entreprises commerciales et artisanales et la grande distribution (surfaces de vente supérieures à 400 m2), au moyen d’un prélèvement sur cette dernière, la taxe d’aide au commerce et à l’artisanat (TACA), qui contribuait au maintien de l’existence des premières, grâce à un transfert des ressources dégagées au bénéfice de projets portés, généralement, par les collectivités locales ; depuis la loi de finances pour 2003, le produit de cette taxe est affecté au budget général de l’Etat et des dotations relatives au FISAC sont désormais déléguées à l’ORGANIC (devenu RSI depuis le 1er juillet 2006) à partir du budget de l’Etat.*

*Je rappelle le récent rapport critique de la Cour des Comptes sur le FISAC*

La dotation FISAC a été fixée initialement en loi de finances pour 2013 à 32,3M€ en autorisations d’engagement et en crédits de paiement ; après régulation budgétaire, redéploiements internes et abondement, les disponibilités pour 2013 ont représenté une somme de 45 M€ (contre 41,8 M€ en 2012) ; les dotations 2012 et 2013 ont été complétées par les réimputations sur le compte FISAC des crédits non utilisés par les bénéficiaires des subventions de ce fonds (12,8 M€ en 2012 et 16,5 M€ en 2013). Les principaux contributeurs sont au nombre de 3 : les collectivités locales, dont principalement les communes, le FISAC et les entreprises ; ils varient selon le type d’opération conduite :

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Répartition des financeurs en % | Total | Opérationsurbaines | OpérationsZones rurales | OpérationsCollectivesmodernisation | Opérations ruralesd’aménagement | Opérations urbainesZone sensible | Etudes |
| Entre le 30/01/13 et le 01/03/2014 | 2013 | 2013 | 2013 | 2013 | 2013 | 2013 |
| Montants en M€ | 278,4 | 81,2 | 77,8 | 64,0 | 42,3 | 12,9 | 0,07 |
| Collectivités locales | 45,4 | 62,2 | 31,0 | 28,8 | 66,5 | 40,0 | 39,0 |
|  Dont communes | 30,6 | 52,2 | 17,4 | 7,0 | 47,6 | 35,3 | 39,0 |
| FISAC | 22,1 | 24,6 | 24,7 | 15,6 | 19,1 | 31,5 | 41,4 |
| Entreprises | 21,6 | 5,2 | 36,0 | 50,3 | 0,7 | 10,0 |  |
| Etat | 3,3 | 2,5 | 3,0 | 1,1 | 7,5 | 10,0 |  |
| Europe | 2,4 | 1,2 | 3,7 | 1,3 | 2,5 | 6,3 | 19,6 |
| Cies consulaires | 0,5 | 0,5 | 0 | 1,2 | 0 | 1,4 |  |
| Autres | 4,9 | 4,0 | 1,6 | 1,7 | 3,7 | 1,1 |  |
| Total | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

1 Les aides aux entreprises (opérations individuelles)

La DGCIS réalise chaque année depuis 2005, des enquêtes pour comparer le taux de survie des entreprises aidées, trois ans et cinq ans après l’octroi de l’aide, au taux de survie des entreprises comparables ; les enquêtes portent annuellement sur une quinzaine de bénéficiaires (entreprises et collectivités) aidés par région pour chacune des années considérées

En moyenne, sur la période 1999-2009, les opérations en faveur des bénéficiaires se répartissent en création (36%), reprise (18%), modernisation (46%),

- avec des taux de survie de 93% à 3 ans et 89,50% à 5 ans. ; par comparaison, l’enquête de l’INSEE auprès des créations d’entreprises commerciales et artisanales créées ou reprises en 2002 et 2006 *(dans Fisac, les créations ne sont que 36%)* et implantées dans des communes de moins de 2 000 habitants fait apparaître un taux 78,6% à 3 ans et 65,3% à 5 ans lorsque l’entreprise a bénéficié d’une aide publique et de 71,8% et 59,5% pour celles qui n’ont pas eu d’aide publique.

- Entre 2006 et 2009 (donc sur 4 ans), 55% des bénéficiaires déclarent une augmentation de leur chiffre d’affaires quel que soit le type d’investissement réalisé (création, reprise, modernisation), dont 57% d’entre elles un chiffre supérieur à 10%.

- En matière de création d’emplois (hors chef d’entreprise), celles-ci sont peu nombreuses ; mais les auteurs du rapport rappellent que l’objectif principal des aides du FISAC est la création ou le maintien d’une activité commerciale de proximité et non la création d’emplois.

- Et pour les ¾, la réduction du poids financier, motivation première conduisant à la sollicitation du FISAC.

- Pour 14% des bénéficiaires, le FISAC est à l’origine du projet d’investissement.

2 - Les aides accordées dans le cadre d'opérations collectives

La démarche d’évaluation retenue a été construite sur la base de l’analyse de 15 opérations collectives sélectionnées en tenant compte d’une répartition géographique, d’une ventilation par tranche de population (commune de moins de 10 000 habitants, entre 10 000 et 30 000 habitants et plus de 30 000 habitants) pour les opérations urbaines retenues ; l’évaluation est attendue.

3 Les actions de développement économique des chambres de métiers et de l’artisanat (DEVECO)

En 2013, les actions éligibles sont constituées de prestations d’accompagnement et de suivi collectives ou individuelles fournies aux entreprises artisanales dans six domaines et s’inscrivant dans les enjeux stratégiques du Pacte pour l’Artisanat de janvier 2013.

En 2013, la dotation totale a été fixée à 4.51M€, en diminution par rapport à 2011 et 2012 (11,4M€ puis 8M€) ; l’affectation prévisionnelle a été la suivante :

- Création, transmission et reprise d’entreprises (59%)

- Promotion des actions en faveur du développement durable (environnement, énergies renouvelables, maîtrise de l’énergie, maîtrise des risques, hygiène, santé...), 21.4%

La contraction des crédits pour 2013 conduit les chambres à cibler prioritairement les aides sur ces deux domaines.

- La promotion de l’utilisation des TIC représente 2.5%, en baisse constante depuis 2 ans

- Les interventions relatives aux démarches qualité, 5.6% (en baisse de 8% au regard de 2011 et 2012).

- Enfin, les deux derniers domaines éligibles plus récemment au dispositif, accessibilité des entreprises aux personnes handicapées et innovation et compétitivité, bénéficient de 2,1% et 9,4% de la subvention ; le domaine innovation et compétitivité progresse notablement (+34% par rapport à 2012).

En 2012, l'évaluation de ce dispositif menée pendant 7 mois par un prestataire montre qu'il est un outil indispensable dont la souplesse lui permet d'accompagner la stratégie régionale des CMA au profit des entreprises artisanales.

4 L’EPARECA (établissement public national d’aménagement et de restructuration des espaces commerciaux et artisanaux) a notamment pour objectifs  de définir des critères permettant de prioriser les investissements dans le cadre de la politique de la ville et de faire évoluer l’EPARECA vers un statut d’expert national en matière d’immobilier artisanal et commercial dans les quartiers fragiles

En 2013, la dotation budgétaire annuelle a été fixée à 6.1M€ et l’EPARECA a réalisé 3 nouvelles mises en investissement pour un montant estimé de 8.5M€.

Fin 2013, 15 opérations sont achevées et revendues, 25 centres sont en exploitation et 30 en production, 31 dossiers font l’objet d’études et 8 sont en phase initiale de saisine par les collectivités locales.

5 Les pôles d’innovation pour l’artisanat et les petites entreprises

À la demande de la DGCIS, le Cabinet Technopolis a réalisé de septembre 2010 à avril 2011 une étude d'évaluation de la politique nationale des pôles d’innovation axée sur la gouvernance, l’articulation et la complémentarité des pôles d’innovation avec les autres structures d’appui à l’innovation (centres techniques, structures de recherche, etc.) et sur les résultats atteints au regard des missions confiées aux pôles d’innovation ; cette étude fait état de douze recommandations, et relève que cette politique est pertinente (le seul instrument d’appui à l’innovation dédié à l’artisanat), largement méconnue et insuffisamment articulée, avec les autres dispositifs d’appui à l’innovation, pour créer des synergies pouvant profiter aussi bien à l’artisan qu’à l’industriel. En 2013, le CGEFI et le CGEIET ont également évalué les pôles.

Les pôles d’innovation n’ont pu être financés qu’à hauteur de 2,8 M€ et 2 M€.

Innovation

Entre 2010 et 2012, 56,4% des PME régionales de Paca ont développé au moins une innovation : 28% ont mis sur le marché un nouveau produit et une proportion identique une nouvelle méthode de production, 35% une innovation d'organisation et 26% une innovation marketing.

*« L’innovation tirée par les petites entreprises et les services technologiques », Insee Analyses Paca, N°6, novembre*

*L’enquête communautaire sur l’innovation (CIS 2012) a été réalisée entre juin et décembre 2013, à la demande de l’Union européenne et porte sur la période 2010-2012 ; elle a fait l’objet d’une extension en Provence-Alpes-Côte d’Azur sur le champ des entreprises de 10 à 249 salariés, dont 80% au moins des salariés sont employés dans des établissements de la région, et dont l’activité principale s’exerce dans les secteurs de l’industrie manufacturière, du traitement de l’eau et des déchets, de l’activité d’entreposage et des services auxiliaires des transports et des services technologiques.*

*Une société est innovante au sens large, lorsqu’elle introduit une innovation dans au moins une des quatre catégories d’innovations possibles qui permet les comparaisons internationales (produits, procédés, organisation, marketing), ou lorsqu’elle est engagée dans des activités d’innovation en produits ou en procédés non abouties qu’elles soient ou non technologiques.*

Les ¾ des entreprises de l’informatique et des services d’information, sont innovantes contre à peine un peu plus d’un tiers dans l’entreposage et les services auxiliaires des transports.

La propension à innover s’accroît également avec la taille de l’entreprise : 70% des entreprises de 50 à 250 salariés ont innové, contre 50% des entreprises de 10 à 19 salariés.

Si l’on réduit le champ aux innovations technologiques, les plus coûteuses, cette hiérarchie très marquée de l’innovation selon les secteurs et les tailles d’entreprise,s est presque identique dans toutes les régions.

Au cours de la période 2010-2012, les PME de Paca se sont révélées plus innovantes que la moyenne des PME de France de province, alors que la taille des entreprises régionales présagerait d’un résultat inverse tout comme l’orientation sectorielle de l’économie régionale (IAA et l’installation-réparation de machine) ; la composition de son tissu productif régional a un effet négatif (-1,1 point) sur la propension à innover ; si les entreprises régionales avaient innové dans la même proportion que leurs homologues de province, le taux d’innovation de Paca aurait été de 53,7% contre 56,4% dans les faits. Toutefois certaines caractéristiques du tissu local d’entreprises favorisent le développement des innovations (l’informatique et les services d’information, l’édition-audiovisuel-diffusion, la fabrication de composants informatiques électroniques et optique, la métallurgie, la chimie et la pharmacie) ; la région compte, dans l’industrie manufacturière un ensemble de petites entreprises très innovantes, qui compense le déficit d’innovation des PME de 50 à 250 salariés.

En Paca, 43% des PME régionales qui ont développé une innovation technologique entre 2010 et 2012, ont bénéficié du crédit impôt recherche (CIR) et 52% ont obtenu un soutien financier spécifique en provenance de l’Europe, des services de l’État et de leurs opérateurs, ou des collectivités territoriales et leurs établissements publics ; des proportions très proches de la moyenne de province.

L’informatique ou les télécommunications, ont connu entre 60 et 90% de projets soutenus ; la participation publique est plus rare dans la logistique, les transports ou le traitement de l’eau et des déchets ou encore l’édition-audiovisuel-diffusion, pourtant très innovants dans la région ; dans l’industrie manufacturière, une entreprise sur deux a eu accès à ces aides. Les grandes entreprises y ont davantage eu accès que les petites (38% des entreprises de moins de 20 salariés, 55% des 20-49 salariés et 73% des 50-249 salariés.

Le manque d’information (45%) et la lourdeur des démarches (26%) sont très souvent évoqués pour justifier l’absence de recours aux aides potentielles ; 20% ne remplissaient pas les conditions d’accès aux aides.

Enfin, de 25 à 35% des PME innovantes en technologie déclarent n’avoir pas besoin des aides publiques, en Paca comme en France de province, sachant que la contribution des aides publiques ne couvre en moyenne que 5% des dépenses engagées.

Parmi les entreprises innovantes en technologie qui ont accédé aux financements publics, 24% ont rencontré des problèmes d’accès à l’information, 54% ont jugé les démarches lourdes et 53% ont jugé les conditions d’éligibilité exigeantes.

Noter que parmi les entreprises adhérentes dans l’industrie ou dans les services technologiques, 55% ont coopéré lorsqu’elles ont développé un nouveau produit ou un nouveau procédé de production contre 28% pour celles n’appartenant pas à un pôle, un constat identique dans les deux autres régions où l’enquête Innovation a plus particulièrement observé les pôles de compétitivités (Pays de la Loire, Rhône-Alpes).

Les entreprises qui coopèrent pour innover ont généralement plusieurs partenaires ; concurrentes, elles peuvent être des partenaires au sein des pôles ; hors des pôles, les partenariats les plus fréquents sont noués avec les fournisseurs, les clients, les consultants, les autres entreprises au sein d’un même groupe, puis les entreprises concurrentes, la recherche publique et l’enseignement supérieur

Accompagnement des créations, des TPE et PME

En 2013, 6 590 projets ont été accompagnés, 36 191 emplois crées ou consolidés avec l’appui de France Active

*« Étude d’impact France Active : utilité sociale et performance économique », France Active, 2014*

*Une enquête téléphonique a été menée auprès d’un échantillon représentatif des entreprises accompagnées et financées par France Active en 2010, soit 550 TPE (16% des TPE accompagnées par France Active en 2010) et 201 entreprises solidaires (26% des entreprises solidaires financées par France Active en 2010), interrogées entre le 31 mars et le 22 avril 2014 par un prestataire spécialisé dans les études téléphoniques (Quali Sondages).*

En 2013, France Active dispose de 143 points d’accueil, 550 salariés et 41 fonds territoriaux et se trouve engagé dans le financement de 21 647 entreprises (TPE et entreprises sociales confondues, deux profils distincts).

* Les créateurs d’entreprise : 85% étaient au chômage (dont 65% de moins d’un an) au moment de la création (33% pour l’ensemble des créateurs français, selon l’enquête SINE-INSEE 2010 ; France Active, gestionnaire du fonds de garantie des Femmes facilite leur accès aux crédits bancaires avec 49% de créatrices (30 % au niveau national).

53% n’avaient pas présenté leur projet à la banque ou avaient essuyé un refus avant de contacter France Active. Trois ans après la création, 92% des créateurs ont toujours la même banque ; 58% estiment avoir construit une relation de qualité avec leur partenaire bancaire.

82% des entreprises accompagnées en 2010 étaient encore en activité 3 ans après leur financement, (64% au niveau national pour l’ensemble des entreprises financées ou non, accompagnées ou non) ; parmi les entrepreneurs qui ont cessé, plus de la moitié travaille ou se relance dans une aventure entrepreneuriale, conduisant à ce que 94% des créateurs accompagnés en 2010 ont aujourd’hui un emploi.

Parmi les créateurs toujours en activité, 69% font état de charges importantes, avec plus de 45 heures de travail par semaine, mais 72% déclarent tirer des revenus suffisants ou au moins égal à leur situation avant de créer.

88% affirment que l’accompagnement a été déterminant ou important dans la création de leur entreprise, 83% qu’il a permis de financer leur projet dans les meilleures conditions et 73% qu’il a permis de réduire les risques.

33% des entrepreneurs ont procédé à un recrutement ; en moyenne, ce sont 2,1 emplois créés dans les trois ans pour les entreprises accompagnées

36% ont eu à financer des projets d’investissement au cours de leurs trois premières années ; 69% ont eu recours à un deuxième emprunt bancaire

62% sont confiants en l’avenir et 25% ont l’intention d’embaucher dans les 6 prochains mois.

* Parmi les 3 000 entrepreneurs solidaires, accueillis chaque année, 1 000 bénéficient de financement de France Active dans le cadre de leur développement ou de leur consolidation d’emplois à forte utilité sociale ; 55% sont des structures d’utilité sociale, 28% des entreprises d’insertion, 13% des coopératives (notamment reprise d’entreprises par les salariés sous forme coopérative). 58% des entreprises ont plus de 5 ans, 15% de 1 à 5 ans et 27% moins d’un an. 45% ont 10 emplois équivalents plein temps, 19% de 5 à 10 et 36% moins de 5 EQTP.

89% ont contacté France Active avant d’aller voir leur banque ; l’accompagnement a permis pour 81% de réduire les risques, pour 69% d’obtenir un financement dans de bonnes conditions et pour 61% de mobiliser les banques. 96% sont toujours en activité 3 ans après.

Pour 41% il s’est agi de développement, pour 23% de création, pour 16% de restructuration, pour 5% de reprise/fusion.

19 166 emplois, dont 47% pour des personnes en difficulté et 70 % en CDI ont été sauvegardé en 2010 ; dans les trois années qui ont suivi le financement, 43% ont déclaré avoir créé des emplois ; ce sont les structures de plus de 5 EQTP qui font état du plus fort potentiel de création d’emplois (63%).

57% ont eu un projet d’investissement financés pour 36% par l’emprunt bancaire.

70% sont confiants en l’avenir ; 61% ont l’intention d’embaucher dans les 6 prochains mois ; 35% ont des projets d’investissement à moyen terme.

1 026 entreprises et plus de 7000 emplois ont été créés depuis 1999 avec le concours du CNRS

*« Le CNRS, des liens étroits avec le monde économique », dossier de presse du CNRS, non daté*

*Une étude menée au CNRS sur les créations d’entreprises innovantes des laboratoires du CNRS et de ses partenaires académiques, les universités en premier lieu.*

La prise de participation au capital de jeunes entreprises est une première forme d’appui, via FIST SA ; créée en 1992, FIST SA, société anonyme filiale du CNRS à 70% et de Bpifrance à 30%, a pour mission le transfert vers l’industrie de technologies innovantes, principalement pour le CNRS ; son action s’étend de la réception des projets à la concession de contrats d’exploitation, en passant par le conseil en stratégie de propriété intellectuelle, la participation au dépôt des demandes de brevet, la recherche de partenaires industriels, la négociation et la rédaction de contrats d’exploitation, et la gestion de portefeuilles de brevets ; FIST SA développe une forte expertise dans les domaines des évaluations de technologies, du transfert de technologies, de la cartographie de brevets et de la gestion de propriété intellectuelle

Entre 1998 et 2014, FIST SA est entrée au capital de 22 entreprises, sans investissement en numéraire, pour un montant cumulé de plus de 3M€ : à ce jour, 12 de ces entreprises sont toujours en acti­vité ; 3 ont été introduites en bourse et atteignent des valorisations qui dépassent d’ailleurs plusieurs dizaines de millions d’euros ; 4 ont fait l’objet d’acquisitions stratégiques et ont permis au CNRS de percevoir plus d’un million d’euros de fruit de cessions.

1 026 entreprises ont par ailleurs été créées avec l’appui du CNRS, en moyenne de l’ordre de 80 par an depuis 2007 (incubateur Allègre), alors qu’il ne dépassait pas 5 par an avant 1998 ; 38% appartiennent liée au secteur des technologies de l’informa­tion et de la communication, 22,5% à la santé/biotechnologies, 19% à celui de la chimie/matériaux.

49% ont entre 1 et 5 ans, 35% entre 6 et 10 ans, 16% plus de 10 ans.

Avec un peu plus de 7000 emplois générés dans les start-up créées au CNRS, on compte en moyenne plus de 7 personnes par entreprise ; plus des ¾ ont un effectif inférieur à 10 personnes.

87% ont un chiffre d’affaires ne dépassant pas 1M€ dont 18% inférieur à 10K€, 28% de 10 à 100K€, 41% de 100 à 1M€ (mêmes tendances dans l’étude BPI sur les entreprises innovantes).

70% des dirigeants sont des chercheurs ou ingénieurs, une forte représentation probablement liée à la « loi Allègre » ; ces personnels peuvent en effet retrouver leur poste dans la fonc­tion publique durant les six années après la création d’entreprise.

**Le CNRS a testé en 2014** un dispositif spécifique d’accompagnement à la création d’entre­prise consistant en un soutien financier ou humain **(1 CDD pendant 1 an)** aux chercheurs désireux de porter le fruit de leurs recherches sur le marché ; sur 23 projets soumis, 9 ont été sélectionnés et ont bénéficié de cet apport, tout en continuant à se consacrer à leurs fonctions au sein de leur laboratoire ; ils font également l’objet d’un suivi destiné plus spécifique­ment à évaluer leur potentiel de mise sur le marché. Ce dispositif sera déployé à l’ensemble du CNRS en 2015

Secteurs d’activité

**23 800 pharmacies emploient 95 800 salariés ; malgré un chiffre d’affaires stagnant ces toutes dernières années, les volumes de vente ont progressé, tout comme les marges commerciales et d’exploitation**

*« Les pharmacies depuis 2000 : mutations d’un secteur très réglementé », INSEE Première N° 1 525, décembre*

En 2012, les 23 800 pharmacies ont réalisé un chiffre d’affaires de 38Md€ (8% du commerce de détail) ; elles emploient en moyenne 4 salariés en équivalent temps plein, une sur deux fonctionnant avec moins de 3 salariés et seulement une sur vingt avec 10 salariés ou plus. Elles emploient 95 800 salariés dont 26 800 pharmaciens adjoints, salariés de l’officine ; cet effectif a crû de 5% depuis 2000.

Le nombre de pharmaciens titulaires chute (-4,1% en 2011 et -1,5% en 2012), alors que le nombre de professionnels n’avait pourtant cessé de progresser depuis le début des années 1990 (relèvement du numerus claususde 3% par an entre 1998 et 2008) ; la baisse récente s’explique à la fois par le vieillissement de la profession et l’orientation plus marquée des jeunes diplômés vers d’autres spécialités.

68% des pharmaciens sont des femmes, une part assez stable dans le temps ; mais elles sont plus souvent adjointes que titulaires (82% parmi les adjoints contre 55% parmi les titulaires) et 87% des salariés (contre 63% des salariés dans le commerce de détail).

Leur nombre n’a augmenté que de 2,6% depuis 2000.

Rappelons qu’une officine ne peut être exploitée que par un docteur en pharmacie inscrit à l’Ordre des pharmaciens, une activité régulée par un numérus clausus ; par ailleurs, un pharmacien ne peut être titulaire que d’une seule officine (mais plusieurs pharmaciens peuvent en être co-titulaires) ; enfin, l’implantation territoriale est elle-même encadrée.

49% des officines sont exploitées en nom propre (37% sous le régime d’entrepreneur individuel et 12% sous celui d’EURL). Depuis 2000, la part des officines sous régime sociétaire (51%) a gagné près de 27 points ; les sociétés d’exercice libéral (SEL) dominent (27% des pharmacies contre 2% en 2000) ; les SNC et les SARL regroupent respectivement 15% et 7% des pharmacies.

Parmi les officines présentes à la fois en 2006 et en 2012, 15% ont changé de numéro d’identification dans SIRENE, pour les 2/3 du fait de la transformation de statut juridique (du statut d’entrepreneur individuel à celui de personne morale, notamment en SEL).

La moitié des officines a dégagé un chiffre d’affaires inférieur à 1,4M€, une sur dix moins de 560K€ et une sur dix plus de 2,7M€ (ces dernières concentrent un quart du chiffre d’affaires total du secteur).

Entre 2000 et 2006, le chiffre d’affaires du secteur avait progressé de 5,6% par an en valeur, un peu plus que pour l’ensemble du commerce de détail (+4,2%) ; entre 2006 et 2012, la hausse a fortement ralenti pour atteindre un rythme moyen de 1,6% par an, désormais inférieur à celui de l’ensemble du commerce de détail (+1,9%) ; ce ralentissement s’explique en partie par la baisse des prix des produits pharmaceutiques (recul de 1,5% par an entre 2000 et 2006, puis de 2,4% par an entre 2006 et 2012, notamment. par le recul du prix des médicaments remboursables (-2% par an entre 2000 et 2006, puis -3% par an entre 2006 et 2012), sachant que ce sont 90% des dépenses de médicaments. Ceci étant, le volume des ventes progresse toujours (+ 7,2% par an en volume entre 2000 et 2006, puis + 4,2% entre 2006 et 2012).

Depuis 2006, la parapharmacie (hygiène, beauté et diététique) s’est beaucoup développé atteignant 6% du chiffre d’affaires en 2012, les pharmacies détenant 11% du marché « hygiène et beauté » contre 6% en 2006, un marché toutefois largement dominé par les grandes surfaces (54% contre 58% en 2006) et les parfumeries (23% contre 25% en 2006) ; ajoutons la commercialisation de produits diététiques (avec une part de marché de 59%) et la distribution d’articles médicaux et orthopédiques ; les ventes ont quadruplé en douze ans, passant de 22% à 30%, au détriment des magasins spécialisés (de 77% à 64%).

Le chiffre d’affaires par habitant s’élève à 580€, en hausse de 9,3% depuis 2006.

Le taux de marge commerciale qui baissait régulièrement depuis 2000, progresse à nouveau à partir de 2006 du fait du forfait par boîte de médicament avec des conditionnements de plus petite taille d’une marge identique en valeur absolue pour les génériques et d’un relèvement du plafond des remises des fournisseurs. En 2012, le taux de marge commerciale des officines est de 27,5%, contre 25,9% en 2006 (en deçà de celui de l’ensemble du commerce de détail, 29,4% en 2012).

Le taux de marge d’exploitation, indicateur de rentabilité économique, diminuait régulièrement (-7 points entre 2000 et 2006) du fait de l’augmentation des charges d’exploitation : il s’est stabilisé à 47% entre 2007 et 2009 avant d’atteindre 52% en 2012, bien plus que la moyenne du commerce de détail (27%).

Noter enfin que les officines sont inégalement réparties sur le territoire en dépit de la réglementation relative aux implantations ; en moyenne, une pharmacie sert environ 2 700 habitants en France métropolitaine ; ce nombre est plus faible dans les régions du nord de la France et plus élevé dans le sud, où la population est plus âgée (une officine pour 635 personnes âgées de 60 ans et plus).

Evolution des marchés

72% des dépenses des français se font dans les grandes surfaceset 15% dans les commerces de détail spécialisés ; mais plus on est aisé, plus on va vers ces commerces spécialisés

*« Où fait-on ses courses ? Les achats en ligne progressent, excepté pour l’alimentation », Insee première, N° 1526, décembre*

Les ménages de France métropolitaine fréquentent les mêmes lieux d’achat en 2011 et en 2001, réalisant 72% de leurs dépenses dans les grandes surfaceset 15 % dans les commerces de détail spécialisés (boulangeries, boucheries, épiceries, etc.).

Au sein des grandes surfaces, le recours au hard discount, en forte augmentation entre 2001 et 2006, serait moins marqué en 2011 (10%), au profit des supermarchés ; les 10% des ménages ayant le niveau de viele plus faible réalisent dans le hard discount 18,5% de leurs dépenses d’alimentation contre 3,5% pour les 10% des ménages les plus aisés ; ces derniers dépensent plus que la moyenne dans les commerces de détail spécialisés (23% des dépenses en 2011, soit 5 points de plus qu’en 2006 ; ils font également plus souvent leurs courses alimentaires sur les marchés ou auprès des producteurs (8,5% de leurs dépenses en 2011, comme en 2006).

Le recours aux commerces proches du domicile augmente avec la densité urbaine : dans les communes de 20 000 habitants ou plus, les ménages réalisent d’abord leurs dépenses d’alimentation dans les hypermarchés puis dans les supermarchés, contrairement aux ménages des communes moins peuplées et des communes rurales, avec l’exception de Paris.

A Paris, ces derniers réalisent 49% de leurs achats alimentaires dans les supermarchés (11 points de plus qu’en 2006), 20% dans les commerces de détail spécialisés, soit beaucoup plus que la moyenne des ménages en métropole, et peu dans le hard discount(6%) et les hypermarchés (8%, en baisse de plus de 3 points depuis 2006, contre 10% et 31% en France). Le niveau de vie plus élevé des Parisiens, le faible nombre d’hypermarchés et la présence d’une plus forte densité de commerces de détail (22 commerces de détail spécialisés pour 10 000 habitants contre une moyenne de 15 dans les autres communes urbaines) expliquent cette spécificité.

Pour leurs achats alimentaires, les habitants des grandes villes privilégient les commerces proches de leur domicile, alors que les ruraux parcourent les plus grandes distances pour faire leurs courses ; les communes rurales représentent les deux tiers des communes de métropole, mais n’abritent qu’un cinquième des points de vente d’alimentation, leurs habitants y réalisant moins de 10% de leurs dépenses ; dans ces communes et dans les villes de moins de 20 000 habitants 88% et 80% font leurs courses en voiture contre 71% en moyenne nationale et seulement 7% à Paris.

Pour l’habillement, les ménages réalisent 60% de leurs dépenses dans des commerces spécialisés, et seulement 18% dans les grandes surfaces alimentaires ; la fréquentation des petits commerces spécialisés a néanmoins baissé de 8 points depuis 2001 au profit des grandes surfaces alimentaires (+ 6 points) et d’Internet (+ 3 points).

Si ces modes de consommation concernent tous les ménages, quel que soit leur niveau de vie, les consommateurs les plus aisés y dépensent davantage que la moyenne (20% des ménages les plus aisés y effectuent plus de 40% de leurs dépenses d’habillement, contre le ¼ pour les plus modestes) ; les Parisiens s’habillent en priorité dans les petits commerces spécialisés (49% de leurs dépenses contre 34% pour l’ensemble des ménages) et fréquentent davantage les grands magasins non spécialisés (13% de leurs dépenses), du fait de leur forte présence (23 pour 100 000 habitants contre une moyenne nationale de 4 pour 100 000 habitants).

Pour leurs achats de biens durables (hors automobile) les ménages privilégient largement les magasins spécialisés (70%) devant les grandes surfaces alimentaires (13%) et Internet (9%).

Si les petits commerces spécialisés maintiennent leur poids dans les dépenses de biens durables des ménages (29%), les autres types de magasins perdent du terrain tandis que le poids des dépenses sur Internet progresse fortement (+ 6 points).

En 2011, comme 5 ou 10 ans auparavant, plus leur niveau de vie est élevé, plus les ménages privilégient les petits commerces au détriment des grandes surfaces ; les 10% des ménages les plus riches effectuent 36% de leurs dépenses de biens durables dans les petits commerces spécialisés et 5% seulement dans les grandes surfaces, contre 23 et 20% pour les 10% des ménages les plus modestes.

Ce sont les achats de biens culturels (musique, vidéos et livres) qui ont le plus progressé sur Internet passant de 2% des dépenses en 2006 à 11% en 2011 ; entre 2006 et 2011, face à la progression des téléchargements sur Internet et des accès gratuits à la musique et aux vidéos, les dépenses consacrées à la musique diminuent de 25% et celles de vidéos de 7,5%, au détriment des grandes surfaces alimentaires, des petits commerces spécialisés et de la vente par correspondance.

Sur le marché du livre, les librairies, sont les premiers à pâtir de l’essor d’Internet.

Rappelons que l’usage d’Internet a progressé pour les achats de biens durables (9% contre 2%), mais reste rare pour les dépenses d’habillement (4% des dépenses contre 0,7%) et marginal pour l’alimentation (0,6% en 2011).

Les achats de biens durables viaInternet sont importants pour les équipements photographiques (19% des dépenses), informatiques et électroniques (18%) et pour les téléphones (15%).

Le taux d’achat sur Internet est plus important pour les jeunes générations : 65% des 15-29 ans et 68% des 35-44 ans ont fait un achat sur Internet en 2011, contre 48% des 45-59 ans et 25% des 60-74 ans.

Ce sont les français les plus âgés, les plus aisés et les plus « traditionnels » qui sont le plus attachés au made in France ; toutefois cette préoccupation évolue positivement dans toutes les catégories, mais demeure fragile.

*« L’attachement des français au made in France », CREDOC à la demande de la DGE, collection des rapports N° 315, novembre*

*L’enquête a été réalisée en « face à face », entre décembre 2013 et janvier 2014, auprès d’un échantillon représentatif de 2003 personnes, âgées de 18 ans et plus, selon la méthode des quotas d’après les résultats du dernier recensement général de la population, actualisé grâce à l’enquête emploi 2010 et aux données démographiques de l’INSEE 2012.*

*Trois types de questionnements ont été soumis : La préférence affichée pour les produits français, Les critères de choix des produits, la perception du protectionnisme de nos voisins.*

Nos concitoyens semblent soucieux de l’origine de fabrication des produits industriels : un consommateur sur deux (43% en 2005, 1/3 en 1997-1999) déclare privilégier les produits français et 68% (41% en 2005) estiment que les produits fabriqués en France sont de meilleure qualité que les biens produits hors d’Europe.

D’ailleurs, la population se dit très souvent prête à payer plus cher les produits manufacturés d’origine française et consent à payer plus cher qu’elle ferait pour un produit hors Europe, la tendance passant de 39% en 1997 à 61% cette année ; mais seulement 4% accepterait de payer au moins 10% de plus, contre 36% jusqu’à 5% de plus, 20% de 5 à 10% ; de plus, on constate, un léger repli du consentement (-3 points), plus marqué chez les catégories modestes ; en 2014, 47% des ménages percevant des bas revenus estiment pouvoir se permettre d’acheter plus cher des biens manufacturés français, contre 55% en 2010 (-8 points).

Les jeunes se préoccupent moins que les séniors du pays d’origine des produit (50% contre 73 pour les 70 ans et plus et 65% pour les 60-69 ans) ; les jeunes ont tendance à penser que les produits français sont de qualité équivalente à ce qui se fait à l’étranger, leur principal critère d’achat étant le prix des produits ; toutefois, chaque classe d’âge montre un intérêt croissant pour le Made In France au fil du temps : depuis une quinzaine d’années, on enregistre +25 points chez les moins de 25 ans et +35 points chez les 70 ans et plus

Les indépendants sont 73% à le penser contre 52 pour les employés ; les habitants en milieu rural, 67% contre 54 pour ceux qui habitent dans l’agglomération parisienne.

63% des personnes qui disent privilégier le Made in France portent un regard critique sur la mondialisation.

Les partisans du Made in France sont plus âgés, peu ou pas diplômés ; ils se disent sensibles aux questions environnementales, sont plus présents en zone rurale ; ils sont aussi plus critiques vis-à-vis du modèle social français et remettent en cause plus facilement l’État Providence. Ils croient plus souvent que la société a besoin de plus d’ordre que de liberté. Ils ont une plus grande pratique religieuse, sortent peu au cinéma.

Ceux qui privilégient plutôt les produits européens sont surreprésentés chez les cadres, diplômés et les hauts revenus ; ils témoignent d’une forte sociabilité (sont adhérents d’associations, sortent régulièrement au restaurant ou fréquentent des équipements sportifs), partent plus souvent en vacances. Ils sont plutôt « modernistes » en matière de mœurs et moins repliés sur la famille. Ils aspirent plus souvent à une société offrant plus de liberté. Ils se situent moins souvent aux extrêmes sur l’échelle politique que le reste de la population et se préoccupent plus d’environnement.

Ceux qui sont indifférents aux pays de fabrication des produits ont un profil tout autre : jeunes, étudiants et individus n’ayant pas d’enfant, avec de fortes contraintes budgétaires et donc plus sensibles à l’argument prix ; ils demandent plus d’intervention de l’État pour contrôler les entreprises.

Les produits hexagonaux sont surtout privilégiés pour l’achat de produits alimentaires (55%), puis loin derrière l’automobile (17%), l’habillement (12%) ; ce classement est quasiment le même pour toutes les catégories de population.

Les individus qui privilégient les produits fabriqués en Europe sont plus hétéroclites dans leur choix : 28% d’entre eux achètent européen pour l’alimentation, 28% pour l’automobile, 20% pour l’équipement du ménage.

L’origine de fabrication des produits n’est pas le premier critère de choix : le « rapport qualité prix » arrive bien avant (53%, 57% en 2005), tout comme la qualité (51%, 48% en 2005), le prix (35%, 40% en 2005), le service après-vente (23%, 30% en 2005) et enfin seulement le pays de fabrication (21%, mais + 11 points depuis 2005).

Les diplômés, les hauts revenus et les cadres sont relativement sensibles au « rapport qualité-prix » et à « la garantie et le service après-vente » et prêtes à payer plus cher lorsque la qualité est au rendez-vous.

Le facteur qui explique le mieux le consentement à payer des produits français est le fait d’apprécier leur qualité (3,3 fois plus de chances).

L’âge et le revenu sont eux aussi très influents : les 70 ans et plus ont 2,2 fois plus de chances que les personnes de 40 à 59 ans d’accepter de payer plus cher les produits et les hauts revenus 2,2 fois plus nombreux que les bas revenus.

Le quatrième déterminant est la préoccupation pour l’environnement : toutes choses égales par ailleurs, les personnes préoccupées par la dégradation de l’environnement sont prêts à payer 1,4 fois plus cher les produits français.

Toutefois, une multiplicité de logos et labels existent et il est souvent difficile de s’y retrouver. Le label officiel « Origine France Garantie », crée en 2011 avec pour objectif de pallier ce problème, n’a pas encore acquis la notoriété suffisante pour qu’une majorité de consommateurs le reconnaissent ; 68% jugeraient un tel label utile et même 85% parmi les consommateurs qui affichent la volonté de privilégier les produits Made in France.

Lorsqu’on demande aux Français quel est le pays où les consommateurs sont les plus attentifs à acheter la production locale, parmi une liste de 7 pays, la France arrive en troisième position légèrement derrière les États-Unis et loin derrière l’Allemagne. Pourtant, les Allemands ne se distinguent pas par des pratiques, ni des réglementations fortes autour de la production « Made in Germany », alors que les États-Unis, se sont dotés de différents cadres et lois qui défendent la production sur le sol américain.

La formation, les jeunes

Trois ans après leur sortie d’études, les 2/3 des jeunes sont en emploi (les ¾ pour ceux issus de l’enseignement supérieur, 61% pour ceux issus du secondaire et 32% pour les non diplômés ; un tiers des jeunes ayant obtenu un emploi sont directement recrutés en emploi à durée indéterminée ; au bout de trois ans, ils sont deux tiers dans ce cas

*« Enquête 2013 auprès de la Génération 2010 : face à la crise, le fossé se creuse entre niveaux de diplôme », bref du CEREQ N° 319, mars*

*En 2013, le Céreq a réalisé la sixième édition de ses enquêtes d’insertion, s’intéressant aux 700 000 jeunes sortis en 2010 du système scolaire ; d’avril à juillet 2013, 33 000 jeunes issus de tous les niveaux de formation ont répondu à cette enquête téléphonique d’une durée moyenne de 34 minutes : ils avaient quitté pour la première fois le système éducatif au cours ou à l’issue de l’année scolaire 2009-2010.*

La génération 2010 se présente sur le marché du travail avec un niveau d’études sensiblement plus élevé que la génération 2004, mais concerne avant tout les niveaux supérieurs ; la mise en place progressive du LMD entre 2003 et 2006 incite les étudiants à prolonger leurs études jusqu’aux niveaux licence (L3), master (M2) ou doctorat (D), réduisant les sorties aux niveaux bac+2 et bac+4 ; la part d’apprentis parmi les diplômés de l’enseignement supérieur a presque doublé par rapport à la Génération 2004.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | Niveau d’étude | Reprise d’étude | Contrat apprentissage, professionnalisation |
|  | 2010 | Ecart 2010-2004 | 2010 | Ecart 2010-2004 | 2010 | Ecart 2010-2004 |
| Non diplômés | 16 | -2 | 9 | +3 | 13 | 0 |
| Diplômés du secondaire | 42 | +2 | 11 | +3 | 15 | 0 |
|  CAP, BEP | 14 | -3 | 4 | +4 | 12 | -1 |
|  Bac pro, techno | 19 | +4 | 9 | +1 | 16 | 0 |
|  Bac général | 9 | +1 | 27 | +1 | 16 | 0 |
| Diplômé du supérieur court | 25 | -3 | 9 | +3 | 9 | +4 |
|  BTS, DUT, autres bac+2 | 11 | -3 | 8 | +2 | 14 | +5 |
|  Bac +2 ou 3, santé, social | 4 | 0 | 1 | 0 | 0 | -1 |
|  Licence générale bac +3 | 5 | 0 | 16 | +7 | 7 | +4 |
|  Licence pro | 4 | +3 | 7 | +5 | 7 | +3 |
|  M1 et autres bac +4 | 1 | -3 | 12 | +4 | 7 | +4 |
| Diplômés du supérieur long | 17 | +3 | 3 | +1 | 3 | +2 |
|  M2 et autres bac+5 | 10 | +3 | 4 | +1 | 3 | +1 |
|  Ecoles de commerce | 2 | 0 | 1 | 0 | 5 | +4 |
|  Ecoles d’ingénieur  | 3 | 0 | 1 | -1 | 2 | +1 |
|  Doctorants | 2 | 0 | 1 | 0 | 1 | +1 |
| Total | 100 |  | 9 | +3 | 11 | +1 |

Trois ans après leur sortie du système éducatif, plus d’un jeune actif sur cinq est en recherche d’emploi, soit le niveau le plus haut jamais observé dans les enquêtes d’insertion du Céreq ; Ils ont passé en moyenne sept mois en recherche d’emploi, soit un mois de plus que les jeunes de la génération 2004, et deux ans en emploi, soit deux mois de moins que leurs aînés. Environ 12% des jeunes ont connu une trajectoire très éloignée de l’emploi (avec moins de 10 % de leur temps en emploi) ; c’est quatre points de plus que pour la Génération 2004.

Malgré l’ampleur de la dégradation, la majorité des jeunes continue d’accéder rapidement à l’emploi, 6% en moins de trois mois ; les jeunes de la génération 2004 étaient toutefois plus nombreux dans cette situation d’emploi quasi permanent sur la période

La part des emplois à durée indéterminée (CDI, fonctionnaire et non salarié) et du temps partiel contraint sont globalement stables entre les enquêtes génération 2004 et 2010. Le constat est valable à la fois pour la première embauche et pour l’emploi occupé trois ans après la fin des études. Un tiers des jeunes ayant obtenu un emploi est directement recruté en emploi à durée indéterminée ; au bout de trois ans, ils sont deux tiers dans ce cas (un taux équivalent à celui de la génération 2004) ; cette stabilité masque une légère hausse du statut non-salarié (en lien probable avec la mise en place du régime d’autoentrepreneur). Par ailleurs, La part de fonctionnaires a faiblement diminué, conséquence de la baisse des recrutements dans la fonction publique d’Etat.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Taux d’emploi3ans après la sortie d’études | Taux de chômage 3ans après la sortie d’études | CDI\* | Temps partiel contraint\* | Moins de 3 mois pour accéder à l’emploi\* |
| 2010 | Ecart 20102004 | 2010 | Ecart 2010-2004 | 2010 | Ecart 2010-2004 | 2010 | Ecart 2010-2004 | 2010 | Ecart 2010-2004 |
| Non diplômés | 32 | -16 | 48 | +16 | 40 | -8 | 18 | +4 | 32 | -13 |
| Diplômés du secondaire | 61 | -10 | 25 | +10 | 58 | -4 | 13 | +2 | 61 | -5 |
|  CAP, BEP | 54 | -15 | 32 | +15 | 56 | -6 | 15 | +4 | 54 | -10 |
|  Bac pro, techno | 67 | -8 | 20 | +7 | 62 | -2 | 12 | +2 | 67 | -4 |
|  Bac général | 59 | -7 | 21 | +6 | 51 | -6 | 11 | -2 | 59 | -4 |
| Diplômé du supérieur court | 75 | -5 | 11 | +4 | 74 | 0 | 6 | -1 | 75 | +1 |
|  BTS, DUT, autres bac+2 | 70 | -6 | 15 | +6 | 72 | 0 | 6 | 0 | 70 | 0 |
|  Bac +2 ou 3, santé, social | 95 | -1 | 2 | 0 | 83 | 0 | 5 | 0 | 95 | +2 |
|  Licence générale bac +3 | 70 | -11 | 14 | +6 | 70 | -1 | 10 | -1 | 70 | -5 |
|  Licence pro | 75 | -6 | 10 | +5 | 76 | -6 | 2 | 0 | 75 | -3 |
|  M1 et autres bac +4 | 70 | -4 | 14 | +4 | 73 | +1 | 5 | -2 | 70 | +2 |
| Diplômés du supérieur long | 76 | -2 | 9 | +3 | 80 | -2 | 4 | +1 | 76 | +7 |
|  M2 et autres bac+5 | 74 | -6 | 12 | +6 | 75 | -3 | 5 | 0 | 74 | +6 |
|  Ecoles de commerce | 71 | -4 | 9 | +4 | 93 | -1 | 2 | +1 | 71 | 0 |
|  Ecoles d’ingénieur  | 81 | --1 | 4 | 0 | 93 | +2 | 1 | 0 | 81 | +17 |
|  Doctorants | 85 | +1 | 6 | -1 | 69 | -4 | 4 | +1 | 85 | +5 |
| Total | 62 | -8 | 22 | +8 | 66 | -1 | 9 | 0 | 62 | -3 |

\*Pour ceux en emploi

La moitié des jeunes salariés de la génération 2010 débute avec un salaire net mensuel supérieur à

1 340€, soit 70€ de plus que leurs aînés (en tenant compte de l’inflation) ; en revanche, les salaires progressent plus lentement : la moitié enregistre une augmentation de pouvoir d’achat du salaire inférieure à +1,7% par an. De ce fait, après trois ans de vie active, le salaire médian de la génération 2010 est quasiment identique à celui de la Génération 2004 : au printemps 2013, il s’établit à 1 450€.

Près d’un jeune actif non-diplômé sur deux se déclare en recherche d’emploi trois ans après la sortie du système éducatif, soit une hausse de 16 points par rapport à la génération 2004. En moyenne, sur les trois ans, ils ont passé 14 mois au chômage, soit deux fois plus de temps que l’ensemble des jeunes tous niveaux confondus ; ils ont passé autant de temps au chômage qu’en emploi avec des conditions d’emploi plus précaires : l’accès à l’emploi à durée indéterminée se raréfie (seuls quatre jeunes en emploi sur dix sont en EDI trois ans après la sortie) et les emplois à temps partiel contraint se développent (de 14% à 18% de la Génération 2004 à 2010). Face aux difficultés d’insertion, 9% des jeunes sans diplôme retournent se former à temps plein dans un établissement scolaire et 13% tentent la voie de l’alternance.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| En € constants | Salaire médian 1ére embauche | 3 ans après |
| 2010 | Ecart 2010- 2004 | 2010 | Ecart 2010- 2004 |
| Non diplômés | 1 130 | -20 | 1 160 | -60 |
| Diplômés du secondaire | 1 160 | -40 | 1 280 | -30 |
|  CAP, BEP | 1 200 | -20 | 1 260 | -50 |
|  Bac pro, techno | 1 170 | -10 | 1 300 | -10 |
|  Bac général | 1 110 | -30 | 1 260 | -60 |
| Diplômé du supérieur court | 1 410 | +40 | 1 520 | -40 |
|  BTS, DUT, autres bac+2 | 1 310 | +40 | 1 460 | 0 |
|  Bac +2 ou 3, santé, social | 1 630 | +20 | 1 700 | -20 |
|  Licence générale bac +3 | 1 300 | -30 | 1 450 | -90 |
|  Licence pro | 1 460 | +30 | 1 600 | -60 |
|  M1 et autres bac +4 | 1 470 | +90 | 1 620 | -30 |
| Diplômés du supérieur long | 1 880 | +40 | 2 100 | -80 |
|  M2 et autres bac+5 | 1 680 | +70 | 1 920 | -50 |
|  Ecoles de commerce | 1 990 |  | 2 290 |  |
|  Ecoles d’ingénieur  | 2 120 | +50 | 2 350 | +10 |
|  Doctorants | 2 100 | +120 | 2 350 | +80 |
| Total | 1 340 | 70 | 1 450 | +20 |

Le chômage des CAP/BEP voient aussi leurs difficultés s’aggraver, passant après trois ans de vie active de 17% pour la génération 2004 à 32 % pour la génération 2010 ; seuls 29% ont passé presque tout leur temps en emploi (contre 42% pour la Génération 2004). La durée du temps passé au chômage s’allonge de quatre mois entre les deux enquêtes, pour atteindre onze mois. De plus, les jeunes en emploi voient leur pouvoir d’achat lié au salaire stagner au cours de leurs trois premières années de vie active. La concurrence avec les baccalauréats professionnels explique probablement une part de ces constats.

La plupart des bacheliers généraux qui abordent le marché du travail ont en réalité entamé un cursus dans le supérieur sans pour autant obtenir de diplôme, mais le bac général est souvent insuffisant pour accéder à des emplois qualifiés. Pour la génération 2010, seuls 29% connaissent une situation d’emploi quasi permanent durant les trois années et l’accès rapide au premier emploi est moins fréquent ; ils sont de plus en plus nombreux à retourner en formation (1/4 contre 16% pour la génération 2004).

Les diplômés de BTS et DUT sont 70% à connaître une première embauche rapide (en moins de trois mois) et après trois ans de vie active, la part des emplois en EDI reste inchangée, mais il sont moins souvent en emploi que leurs homologues sortis en 2004 ; sur leurs trois premières années de vie active, ils passent en moyenne sept mois en situation de chômage ou d’inactivité.

Les diplômés de licence professionnelle paraissent relativement préservés : 85% sont en emploi en fin de période et leur taux de chômage est comparable à celui des diplômés de l’enseignement supérieur long ; mais seuls les diplômés de licence professionnelle par apprentissage tirent réellement leur épingle du jeu, avec un taux d’emploi de près de 90%.

Les titulaires de licences générales sont pour leur part très pénalisés. En fin de période, par rapport à leurs ainés de 2004, leur taux d’emploi chute de 11 points et ils perdent du pouvoir d’achat. Les L3, ainsi que les M1, reprennent plus souvent leurs études par la voie classique, effet probable de la réforme de la « masterisation » des enseignants.

Les jeunes sortis du supérieur court en 2010 sont de plus en plus nombreux à se diriger vers l’alternance après leur formation initiale. Ce recours aux contrats de professionnalisation ou d’apprentissage leur permet d’acquérir une expérience professionnelle affirmée et de prétendre à un nouveau diplôme. Durant les trois premières années de vie active, près d’un jeune sur dix a fait ce choix