

**Opération Collective de Modernisation
de l'artisanat, du commerce et des services en milieu rural**

**Phase I :
L'ETUDE DE L'OFFRE COMMERCIALE
ET ARTISANALE**

Juillet 2004

SOMMAIRE

SOMMAIRE	2
AVANT PROPOS	4
I. PROFIL DES ENTREPRISES	5
A. L'ancienneté d'installation.....	5
B. L'AGE DE L'ENTREPRENEUR.....	8
C. Niveau d'étude.....	9
D. Statut juridique.....	10
E. Appartenance a un reseau.....	11
II. L'ACTIVITÉ	12
A. Chiffre d'affaires.....	12
B. Evolution du chiffre d'affaires.....	14
C. La clientèle locale.....	16
D. La transmission.....	18
III. L'IMMOBILIER ET L'URBANISME	22
A. Locaux d'activité.....	22
B. L'IMAGE COMMERCIAL DE LA COMMUNE.....	28
C. Les aménagements urbains prioritaires.....	29
IV. LES ANIMATIONS COMMERCIALES ET LA COMMUNICATION	31
A. Les unions commerciales.....	31
B. La communication.....	36
V. RESSOURCES HUMAINES	40
A. Recrutement.....	40
B. Main d'œuvre ponctuelle.....	46
C. La formation.....	49
VI. L'INNOVATION ET LES NOUVELLES TECHNOLOGIES	52

A. Investissements.....	52
B. Projet.....	56
C. Niveau de sollicitation des services marchands.....	59
D. Besoins en conseils extérieurs.....	60
E. L'information.....	62
F. L'informatique et internet.....	63

VII. LES DEMANDES VIS-A-VIS DE LA COLLECTIVITE

.....	67
A. LES COMMERCANTS.....	67
b. LES ARTISANS.....	69
Synthèse.....	71

VIII. LE VOLET ARTISANAT DU BÂTIMENT, MECANIQUE ET PRODUCTION

.....	74
A. L'emploi.....	74
B. Caractéristiques de la clientèle.....	76
C. L'exportation.....	81
D. La Démarche qualité.....	82
E. L'Environnement.....	84
Synthèse Artisans.....	87

SYNTHESE

.....	88
-------	-----------

I. L'ÉTAT DU TISSU COMMERCIAL ET ARTISANAL

.....	89
A. Les tendances clés.....	89
B. Les tendances ARTISANALES.....	91
C. Les tendances COMMERCIALES.....	92

II. LE BAROMETRE DES ACTIVITES

.....	93
-------	-----------

AVANT PROPOS

1. Objectifs

Cette phase est une approche dynamique de l'offre commerciale. Elle a pour but de répondre aux objectifs suivants :

- **Disposer d'un inventaire précis des atouts et faiblesses** de l'appareil commercial.
- **Evaluer les potentialités de développement, les tendances sectorielles et territoriales** des entreprises commerciales et artisanales.
- **Etudier les besoins et les attentes** spécifiques de chaque profession.

2. Méthodologie

Pour atteindre ces objectifs, notre intervention s'est appuyée sur **une enquête auprès des artisans/commerçants du Pays** : la démarche a consisté à transmettre un questionnaire accompagné d'une lettre d'information à **l'ensemble des entreprises commerciales et artisanales du Pays (hors l'Aigle)**, soit 459 professionnels.

Afin de comprendre les problématiques spécifiques à chaque grande profession étudiée, deux types de questionnaires ont été réalisés pour :

- Les commerçants, artisans/commerçants et CHR
- Les artisans : bâtiment, garage-mécanique, production

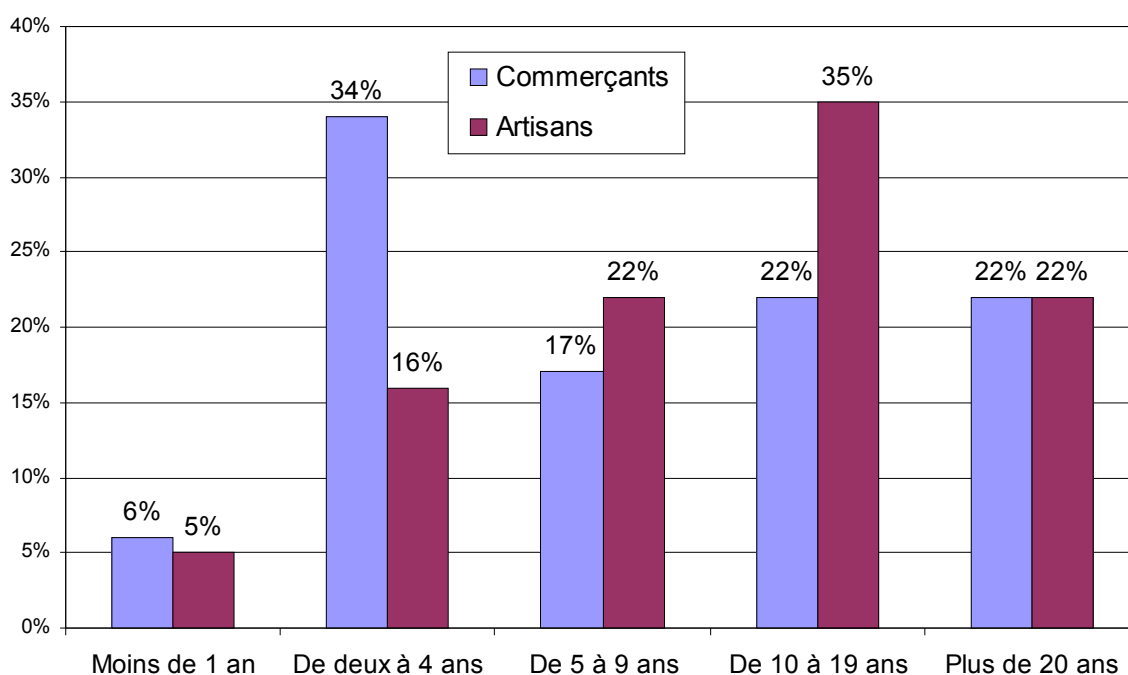
Cet envoi a été suivi de relances. A l'issue de ces étapes de recueil, **177 questionnaires** ont été complétés :

- **65 commerçants et artisans/commerçants/CHR** (soit un taux de réponses de 42%)
- **112 artisans** : bâtiment, métaux-mécanique, production (soit un taux de réponses de 36%)

I. PROFIL DES ENTREPRISES

A. L'ANCIENNETÉ D'INSTALLATION

Depuis combien d'années êtes-vous installé dans votre commune ?



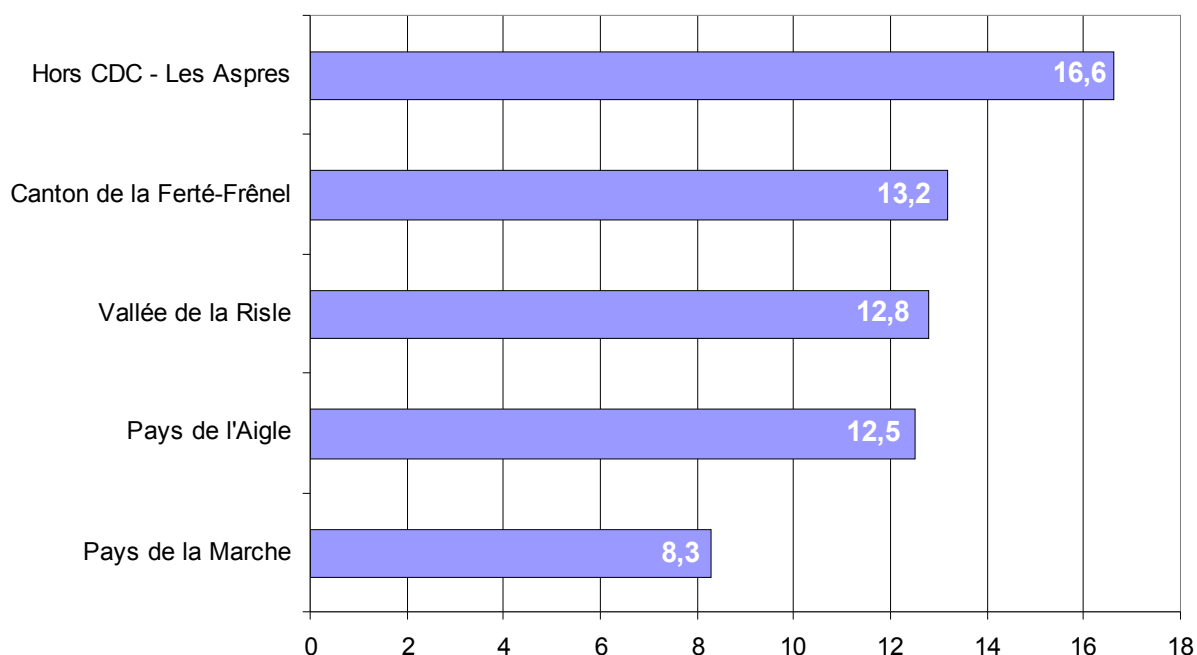
- **Ancienneté moyenne : 12,3 ans**

48% des professionnels sont installés depuis moins de 10 ans. Ce territoire montre ainsi un assez bon renouvellement des affaires.

Le **renouvellement le plus important** s'observe sur le secteur des **commerçants** (57% sont installés depuis moins de 10 ans, et 40% depuis moins de 4 ans) avec une ancienneté moyenne de 10,6 ans.

En revanche le secteur de l'artisanat montre une ancienneté plus élevée (13,3 ans avec seulement 43% des artisans installés depuis moins de 10 ans) signe d'un tissu artisanal plus vieillissant.

- **Des situations contrastées entre Communautés de communes**



Les différences d'ancienneté par EPCI sont significatives avec plus de 8 ans séparant les extrémités. Si les CDC du canton de La Ferté-Frênel, de la Vallée de la Risle et du Pays de l'Aigle montrent une ancienneté voisine, le **Pays de la Marche** bénéficie d'un meilleur renouvellement du tissu artisanal et surtout commercial (sur les 25 entreprises interrogées, 11 ont une ancienneté de moins de 4 ans, dont 7 commerces).

- **Viellissement plus marqué dans l'artisanat**

Artisans	Ancienneté d'installation
Bâtiment	13,4
Garage-mécanique	13,4
Production	12,3

L'ancienneté dans l'artisanat est très proche entre les trois branches. On notera toutefois une ancienneté plus marquée chez les artisans électriciens plombiers (bâtiment) avec 66% d'entre eux installés depuis plus de 10 ans.

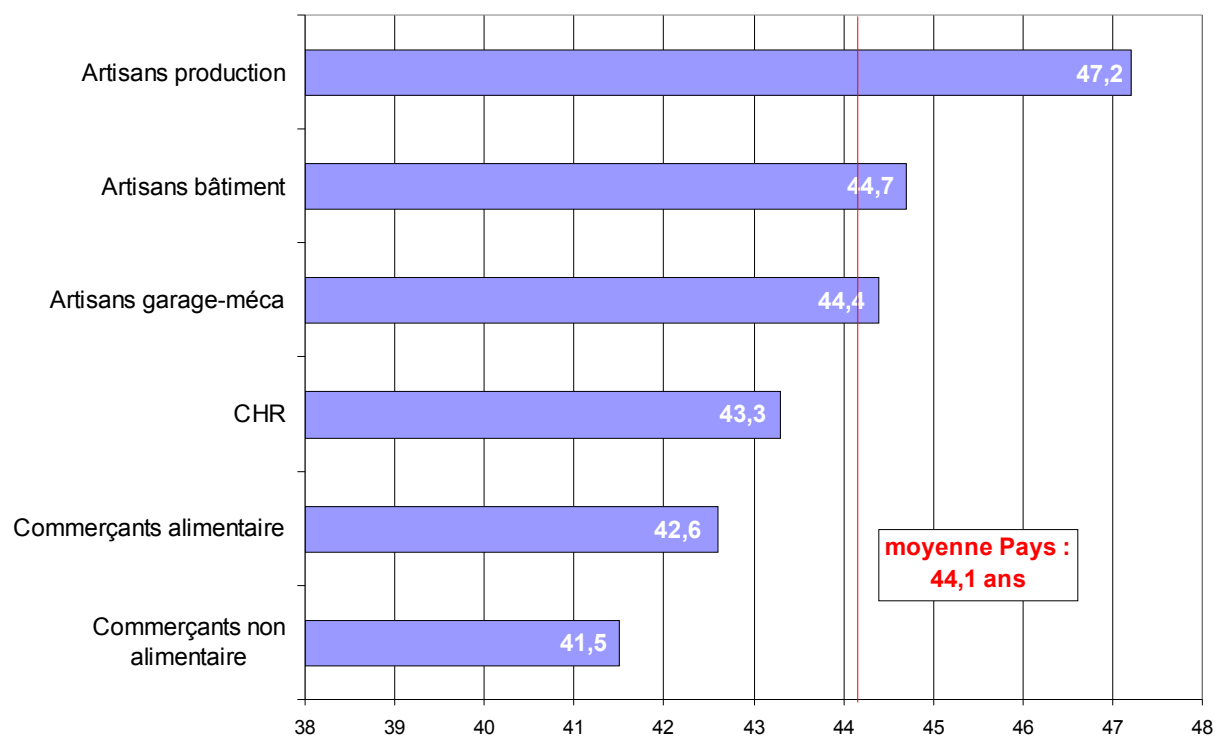
Commerçants	Ancienneté d'installation
Alimentaire	11,6
Non alimentaire	10,3
C.H.R.	9,8

Chez les commerçants, l'ancienneté d'installation est quelque peu plus récente (de 2 à 3 ans d'écart avec l'artisanat). Ainsi, sur les 6 boulangers

interrogés, 5 se sont installés depuis moins de 9 ans, et l'ancienneté des commerces culture/loisirs n'est que de 6,8 ans.

Par contre, les secteurs de la boucherie et de l'hygiène/santé montrent un moins bon renouvellement (respectivement 14,9 ans et 15,7 ans).

B. L'ÂGE DE L'ENTREPRENEUR



- **Une moyenne d'âge proche de la moyenne régionale**

Avec une moyenne de 44,1 ans, la moyenne d'âge des commerçants et artisans est légèrement inférieure à la moyenne régionale (45 ans). L'écart entre les artisans et les commerçants est de 3 ans (respectivement 45,2 ans et 42,2 ans).

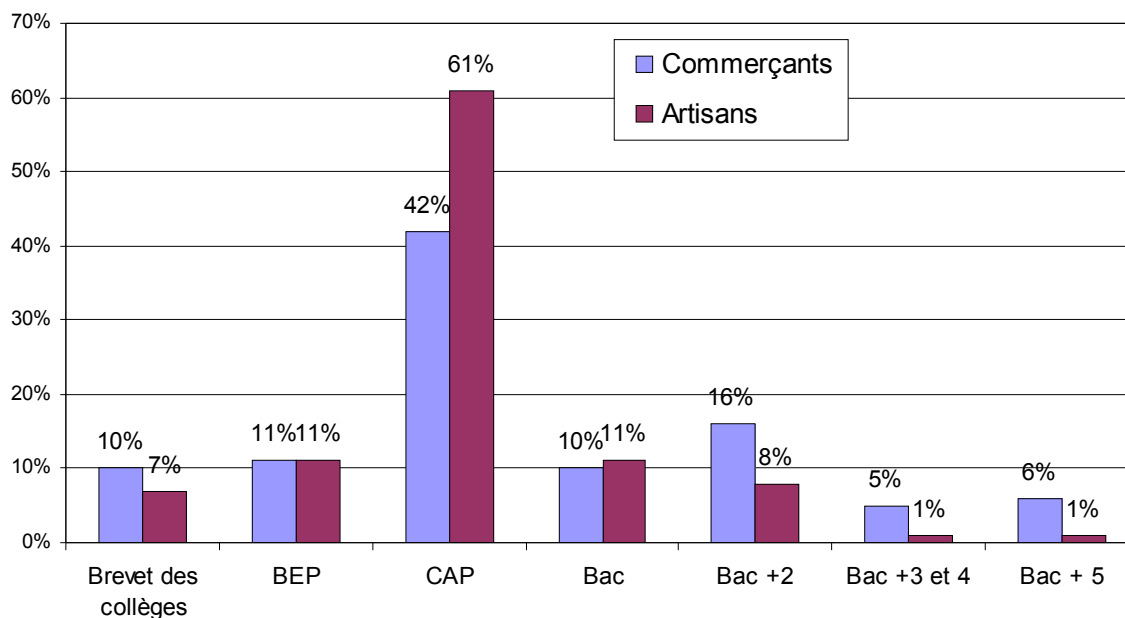
Ces moyennes cachent néanmoins des disparités sectorielles. Ainsi, les commerçants en non-alimentaire apparaissent comme les plus jeunes (41,5 ans), un an de moins qu'en alimentaire (42,6 ans). Dans l'artisanat, l'écart est plus important entre les artisans en production (47,2 ans) et les autres (44,6 ans).

- **Une part non négligeable des plus de 50 ans chez les artisans**

Si un quart des commerçants ont plus de 48 ans, un quart des artisans ont eux plus de 52 ans. Plus précisément, dans les secteurs de la production et du garage-mécanique, ils sont près du quart à avoir plus de 55 ans (respectivement 22% et 28%). Dans le bâtiment, si seulement 6% des entrepreneurs ont plus de 55 ans, ils sont toutefois 35% à avoir plus de 50 ans. La **problématique de la transmission** sera donc à prendre en compte sur le moyen et long terme.

C. NIVEAU D'ÉTUDE

Quel est votre niveau d'étude ?



- **La formation des artisans s'écarte peu de leur métier de base**

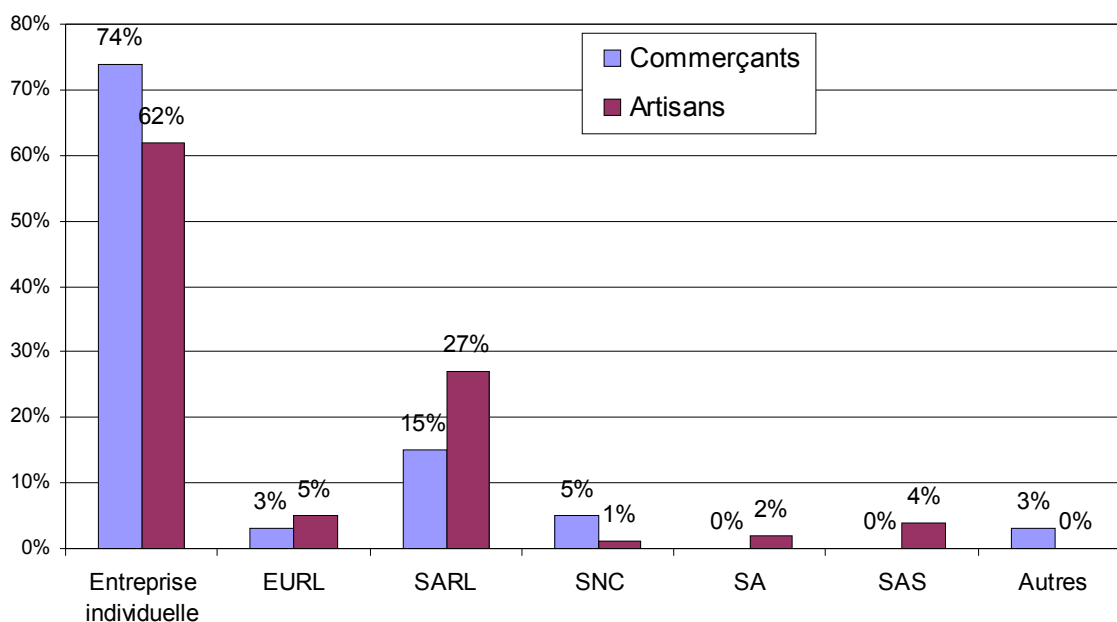
Les artisans bénéficient de formations courtes (CAP, BEP) leur permettant rapidement d'exercer une activité professionnelle. Ils sont ainsi 79% à ne pas avoir dépassé ce niveau d'étude contre 63% pour les commerçants.

Cette carence en études plus longues limite les artisans dans l'appréhension de notions plus éloignées de leur métier de base comme la communication vers la clientèle ou le management.

Plus d'un quart des commerçants ont suivi des études notamment dans le secteur du non alimentaire (33%).

D. STATUT JURIDIQUE

Quel est le statut juridique de votre entreprise ?



▪ 67% d'entreprises individuelles

Le statut d'entreprise individuelle domine le tissu commercial et artisanal. La forme sociétale, plus propice à la transmission de l'entreprise, est dominée par la SARL notamment dans le secteur de l'artisanat (27%). Parmi les autres statuts adoptés, on compte 4% d'EURL.

▪ Un professionnel sur cinq réfléchi à passer en société

Parmi les professionnels ayant le statut d'entreprise individuelle, 20% souhaitent faire évoluer cette situation vers une forme sociétale (proportion identique chez les artisans et les commerçants).

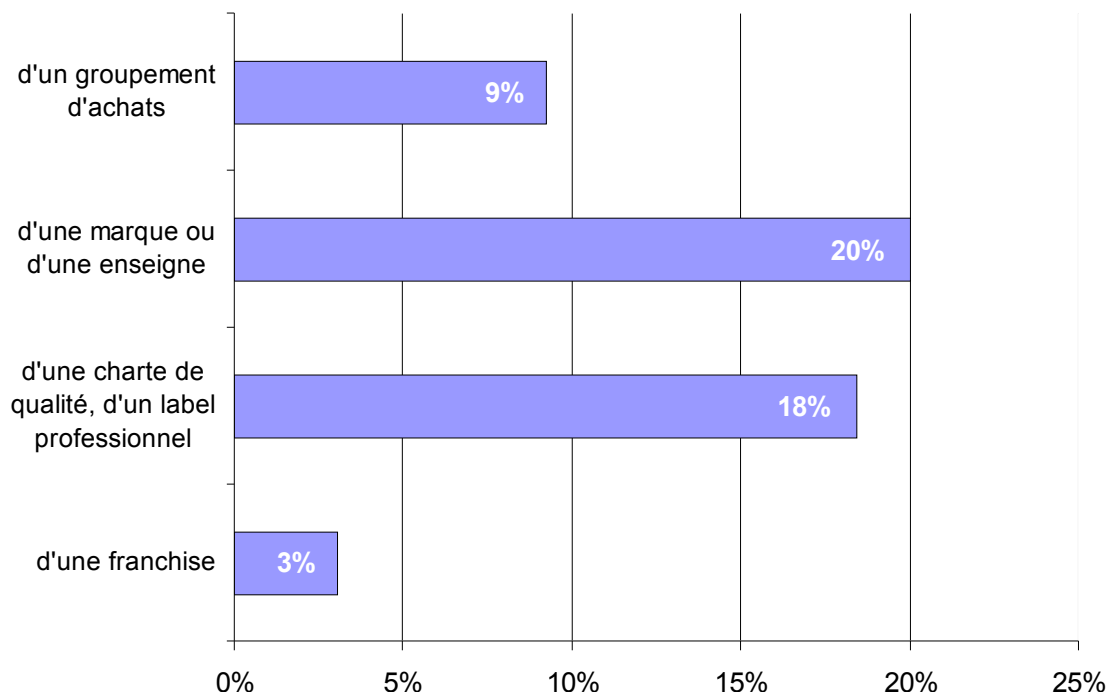
Pour les autres, qui souhaitent conserver ce statut, ils le justifient par :

- Le manque d'intérêt pour leur activité
- La proximité de la retraite
- Le coût

E. APPARTENANCE A UN RESEAU

Uniquement commerçants

Etes-vous adhérent :



▪ Un niveau d'adhésions moyen

En moyenne **37% des commerçants sont adhérents** à au moins un des réseaux proposés. Mais ce résultat est très **contrasté selon les Communautés de communes** : ainsi, les niveaux d'adhésions des C.D.C. du Pays de l'Aigle (48%) et de la Ferté-Frênel (44%) sont nettement supérieurs à celui de la C.D.C. du Pays de la Marche (27%).

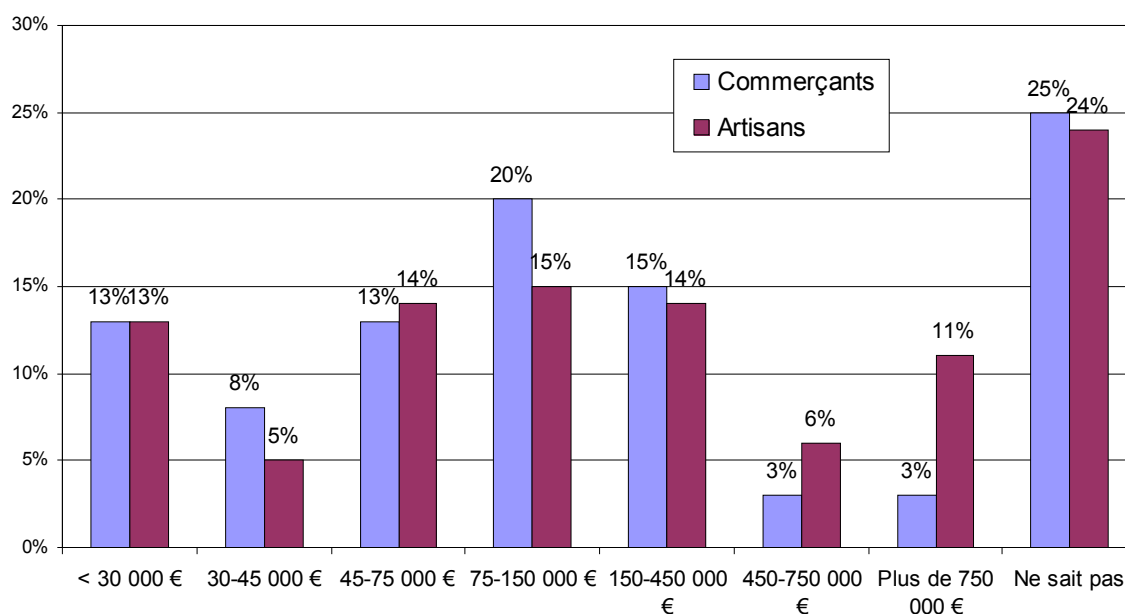
Les **réseaux de franchises** apparaissent logiquement mal représentés sur le Pays d'Ouche hors ville de l'Aigle, avec seulement 3% de commerçants affiliés à un réseau soit une situation nettement inférieure à la moyenne nationale¹.

¹ Rappelons qu'il existe en moyenne 7,8% de commerces franchisés ou associés en France soit 47 240 points de vente

II. L'ACTIVITÉ

A. CHIFFRE D'AFFAIRES

Dans quelle tranche de chiffre d'affaires vous situez-vous en 2003 (en € HT) ?



Le taux de non-réponses à cette question n'est que de 8%, ce qui est relativement faible par rapport aux autres Pays étudiés (Pays du Perche Ornaïs : 33%).

- **Une part élevée de petites entreprises**

Sur l'ensemble du Pays d'Ouche, près d'un tiers des entreprises commerciales et artisanales (32%) disent réaliser un chiffre d'affaires inférieur à 75 000 €. Ces très petites entreprises jouent un rôle essentiel dans l'offre de proximité. Toutefois, même si l'indicateur « chiffre d'affaires » est incomplet, ces entreprises disposent de marges de développement et d'évolution très restreintes pour s'adapter aux évolutions de la clientèle.

▪ Des disparités

Il existe des disparités selon les activités. Ainsi, si la part des petites entreprises annonçant un C.A. inférieur à 450 000 € est quasiment la même dans l'artisanat et le commerce, celle des entreprises annonçant un **C.A. supérieur à 450 000 €** est nettement **plus élevée chez les artisans** (17% contre 6% pour les commerçants).

Mais des différences existent aussi au sein même de ces deux groupes :

- **Dans le commerce, des petites entreprises surtout dans le non alimentaire** : 48% des commerces en non alimentaire ont un C.A. de moins de 75 000 € contre seulement 10% des commerces alimentaires. Par contre, ces derniers sont 62% à avoir un C.A. compris entre 75 000 € et 150 000 €.
- **Dans l'artisanat, des structures plus importantes dans la production** : la part des entreprises indiquant un C.A. supérieur à 450 000 € est de 32% dans le secteur de la production et de 25% en garage-mécanique contre seulement 10% en bâtiment.

Les disparités existent aussi entre les **secteurs géographiques** : alors **23% des entreprises du Pays de l'Aigle** annoncent un **C.A. supérieur à 450 000 €**, elles ne sont que 5% dans le canton de la Ferté-Frênel et 8% dans le Pays de la Marche. Cette dernière Communauté de communes obtient la part la plus importante de petites entreprises (40% des entreprises avec un C.A. inférieur à 75 000 € contre 31% pour le Pays de l'Aigle et 35% pour la Ferté-Frênel).

B. EVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES

Par rapport aux années précédentes votre chiffre d'affaires :

	↗	→	↘	1er exercice
Artisans	35%	39%	22%	5%
Commerçants	42%	31%	16%	11%

- **Une activité plutôt stable pour les artisans**

Si les commerçants (42%) sont majoritaires à connaître une évolution croissante de leur activité, la situation semble plus mitigée pour les artisans (39% ont une activité stable). Ce résultat est proche de celui constaté sur le Pays du Perche ornaïs, la différence entre commerce et artisanat étant toutefois plus marquée sur le Pays d'Ouche.

Le turn over des commerces est très marqué (11% en première année d'activité) lié principalement aux C.H.R. (18% en première année d'activité) et aux commerces non-alimentaire (14% en première année d'activité).

Commerçants	↗	→	↘	1er exercice
Alimentaire	45%	36%	14%	5%
Non alimentaire	45%	28%	14%	14%
CHR	27%	27%	27%	18%

- **Une conjoncture moins favorable pour les C.H.R.**

Si l'activité commerciale en alimentaire et non-alimentaire connaît une bonne évolution actuellement sur le Pays (avec en plus 14% des commerces non-alimentaires qui réalise leur premier exercice), il n'en est pas de même pour les C.H.R. qui certes voient l'apparition de nouveaux établissements mais qui sont plus de la moitié à voir leur C.A. stagner ou régresser.

Artisans	↗	→	↘	1er exercice
Bâtiment	38%	36%	22%	5%
Garage-mécaniques	33%	28%	33%	4%
Production	30%	52%	13%	4%

- **Artisanat : une disparité selon les activités**

Si le secteur du bâtiment est plutôt dans une période favorable (plus d'un tiers en accroissement de C.A.), le secteur de la production montre par contre des signes de stabilité. Le secteur garage-mécanique apparaît plus fragilisé avec plus d'un quart des entreprises en baisse d'activité.

*Par rapport aux années précédentes votre chiffre d'affaires
(tous secteurs confondus)*

EPCI	↗	→	↘	1er exercice
Pays de l'Aigle	40%	34%	18%	8%
Canton de la Ferté-Frênel	38%	40%	22%	0%
Pays de la Marche	44%	16%	20%	20%
Vallée de la Risle	31%	38%	23%	8%
Hors CDC Les Aspres	0%	86%	14%	0%
Ensemble Pays	37%	36%	20%	7%

NB : Concernant Les Aspres (hors CDC), seulement 7 entreprises ont répondues à cette question.

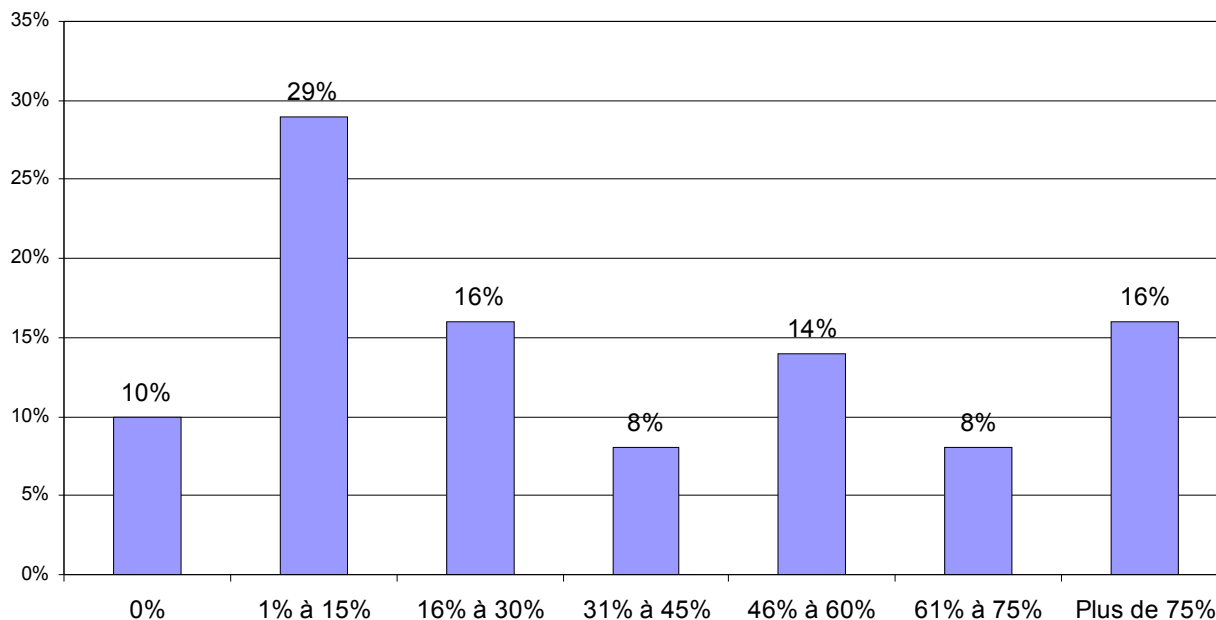
- **Des disparités aussi entre les communautés de communes**

Le **Pays de la Marche** et le **Pays de l'Aigle** montrent une situation plus favorable au commerce et à l'artisanat que la Communauté de communes du canton de la **Ferté-Frênel** (connaissant une certaine stabilité) et la **Vallée de la Risle** (avec un niveau élevé de régression et de stabilisation de C.A.).

Sur la CDC du **Pays de la Marche**, de **nouveaux commerçants et artisans** viennent de s'installer, ce qui constitue un signe encourageant quant à la vitalité de ce territoire.

C. LA CLIENTÈLE LOCALE

*La clientèle de votre commune d'habitation représente quelle part de votre chiffre d'affaires (% dans votre chiffre d'affaires) ?
(uniquement pour les commerçants)*



- **Une activité de proximité pour seulement 38% des commerces**

Les commerces du Pays d'Ouche ont majoritairement une activité qui va au-delà de la clientèle communale. Ainsi, 55% des commerces réalisent moins du tiers de leur chiffre d'affaires avec la clientèle de leur commune.

Commerçants	Part des commerces réalisant plus de 46% de leur CA avec les habitants de leur commune d'implantation
Alimentaire	45%
Non-alimentaire	41%
C.H.R.	17%

Mais on note bien sûr une forte disparité entre les C.H.R. et les autres commerces. Pourtant, moins de la moitié des commerces alimentaires et non alimentaires du Pays réalisent plus de 46% de son C.A. avec la clientèle de proximité. La majorité des commerces bénéficient donc d'une influence qui dépasse largement les limites communales.

EPCI	Part des commerces réalisant plus de 46% de leur CA avec les habitants de leur commune d'implantation
CDC Pays de l'Aigle	30%
CDC Canton de la Ferté-Frênel	35%
CDC Pays de la Marche	53%

NB : vu le nombre d'entreprises, les résultats concernant la CDC de la Vallée de la Risle et la commune des Aspres ne sont pas significatifs.

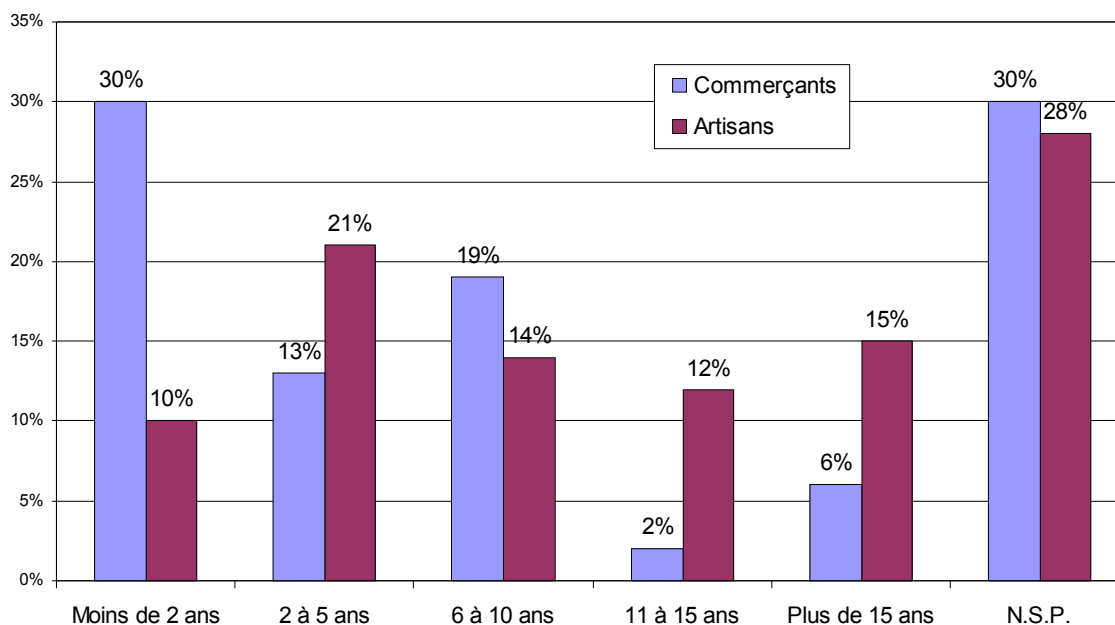
Ce sont les commerces de la CDC du Pays de la Marche qui apparaissent les plus dépendants de leur clientèle locale : une part importante des commerçants qui ont répondu à l'enquête, sont situés sur la commune de Moulins-la-Marche (11 sur 15 commerces sur la CDC du Pays de la Marche).

Les commerces situés sur les deux autres CDC jouent un rôle plus large sur un territoire disposant d'une faible densité commerciale.

D. LA TRANSMISSION

1. L'ÉCHEANCE DE TRANSMISSION

A quelle échéance pensez-vous transmettre votre entreprise ?



- **Plus du tiers des entreprises artisanales et commerciales (35%) à transmettre dans les 5 prochaines années**

Avec 43% d'ici 5 ans et surtout 30% d'ici moins de 2 ans, ce sont les commerçants qui représentent le plus fort potentiel de transmission dans les 5 prochaines années.

- **Des transmissions pas toujours justifiées par l'âge dans le secteur des commerces**

Ce taux d'entreprises à transmettre est le plus élevé dans le secteur des commerces alimentaires alors que ce dernier enregistre une des moyennes d'âge les plus faibles. Ce secteur va donc connaître des difficultés sérieuses à court et moyen terme.

Par contre, la justification par l'âge peut être appliquée concernant le cas de l'artisanat de production.

- **68% des commerces alimentaires à transmettre dans les 5 ans**

Commerçants	Part des commerces à transmettre dans moins de 5 ans
Alimentaire	68%
Non alimentaire	26%
C.H.R.	36%

La problématique de transmission touche un des secteurs majeurs de l'offre de proximité : l'alimentaire. Ainsi, ils sont 68% à vouloir transmettre leur entreprise d'ici moins de 5 ans et 41% d'ici moins de 2 ans.

Artisans	Part des entreprises artisanales à transmettre dans moins de 5 ans
Bâtiment	27%
Garage-mécanique	35%
Production	38%

Chez les artisans, ce sont surtout ceux en production et en garage-mécanique que l'on trouve les parts les plus importantes de transmission d'ici 5 ans (respectivement 38% et 35%). Avec 27%, le niveau reste encore élevé dans le bâtiment.

- **Deux territoires plus marqués : CDC du Pays de l'Aigle et canton de la Ferté-Frênel**

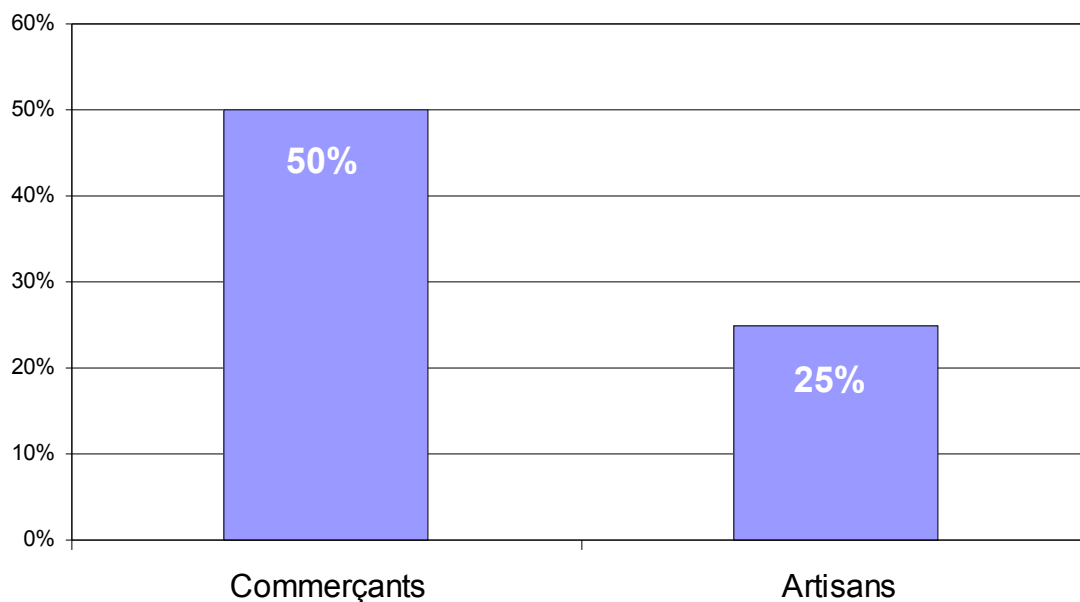
EPCI	Part des entreprises à transmettre dans moins de 5 ans
CDC Pays de l'Aigle	37%
CDC canton Ferté-Frênel	37%
CDC du Pays de la Marche	26%
CDC de la Vallée de la Risle	31%

NB : la commune des Aspres hors CDC n'a pas suffisamment de réponses pour être significatif.

Les Communautés de communes du Pays de l'Aigle et du canton de la Ferté-Frênel sont les plus concernées par les questions de transmission à court terme. Mais avec plus d'un quart des entrepreneurs souhaitant transmettre leur entreprise d'ici moins de 5 ans sur les deux autres territoires étudiés, la **problématique de la transmission touche bien l'ensemble du Pays d'Ouche.**

2. SOLUTIONS DE REPRISE

*Si transmission dans moins de 5 ans, avez-vous une solution de reprise ?
Part des réponses positives*

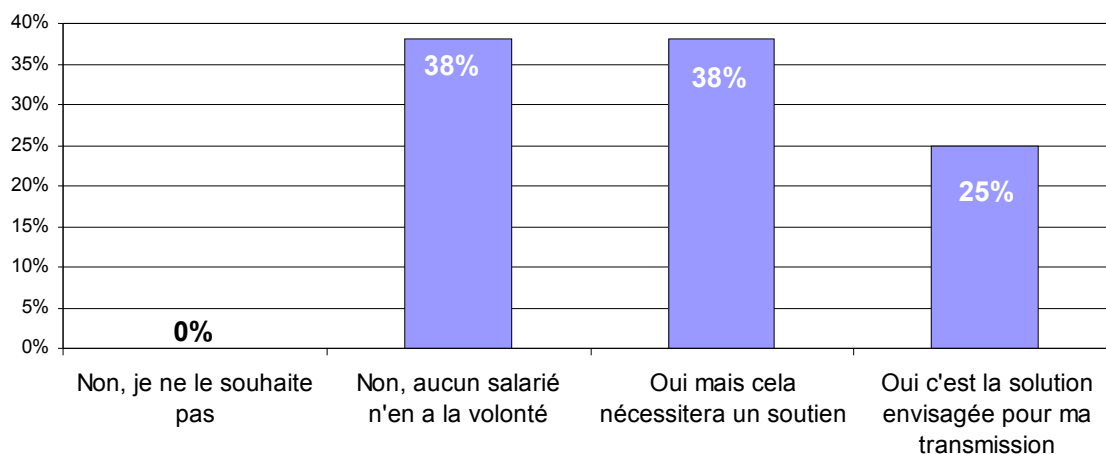


- **Des transmissions à préparer**

Même si entre le quart et la moitié des professionnels ont une solution de reprise, l'essentiel d'entre eux devra être accompagné pour anticiper au plus tôt cette échéance.

Parmi ceux qui disposent d'une solution, la moitié des artisans pensent à une succession familiale, tandis que les deux tiers des commerçants envisagent une vente. Dans ce dernier cas, la transmission peut devenir plus problématique.

Si vous avez des salariés, estimez-vous que certains d'entre eux sont en mesure de prendre votre succession ?
(uniquement pour 31% des artisans souhaitant transmettre dans moins de 5 ans)



▪ **La reprise par un salarié : une solution qui fait son chemin**

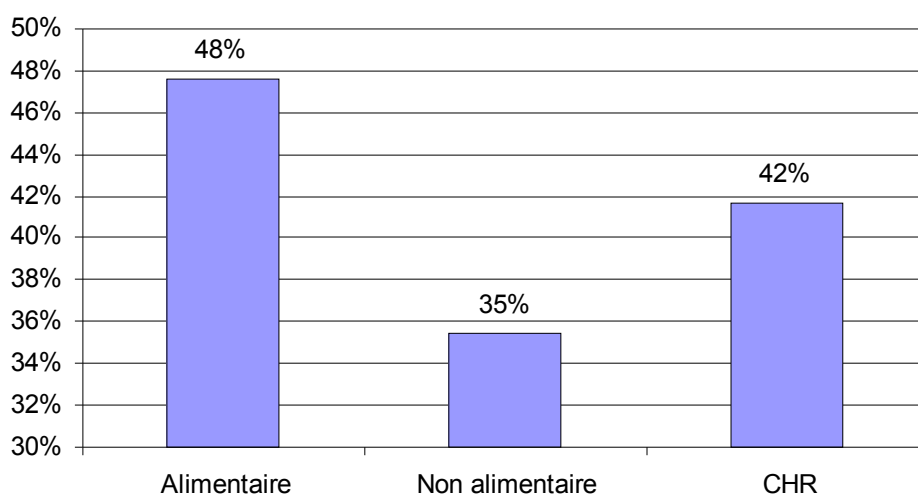
Dans le secteur de l'artisanat, la reprise par un salarié semble constituer une solution à travailler pour près des deux tiers des artisans qui souhaitent transmettre leur entreprise dans moins de 5 ans.

III. L'IMMOBILIER ET L'URBANISME

A. LOCAUX D'ACTIVITÉ

1. LES MURS

*Concernant les commerçants
Etes vous propriétaire des « murs » ?
Part des réponses positives*

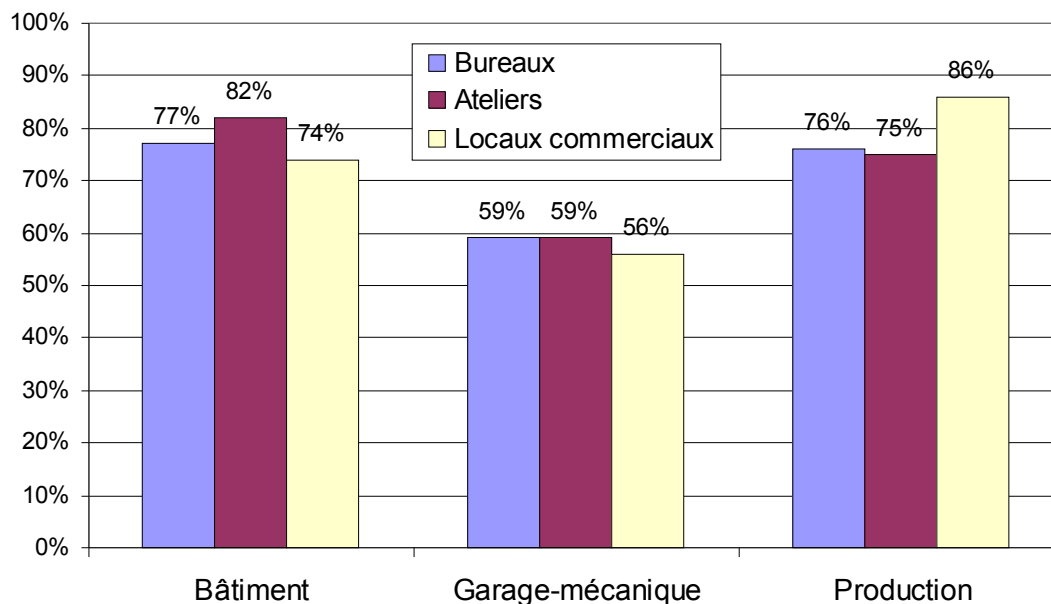


- **41% des commerçants propriétaires des « murs »**

Si plus de 4 commerçants sur 10 sont propriétaires des murs, cette proportion varie selon le secteur. Ainsi, du tiers des commerces non alimentaires, on passe à la moitié des commerces alimentaires propriétaires des « murs ».

Une part plus élevée de propriétaires favorise plus facilement des travaux de rénovation mais elle peut également occasionner des handicaps dans le cadre d'une transmission.

Concernant les artisans
Etes vous locataire ou propriétaire des locaux d'exploitation
Part des propriétaires

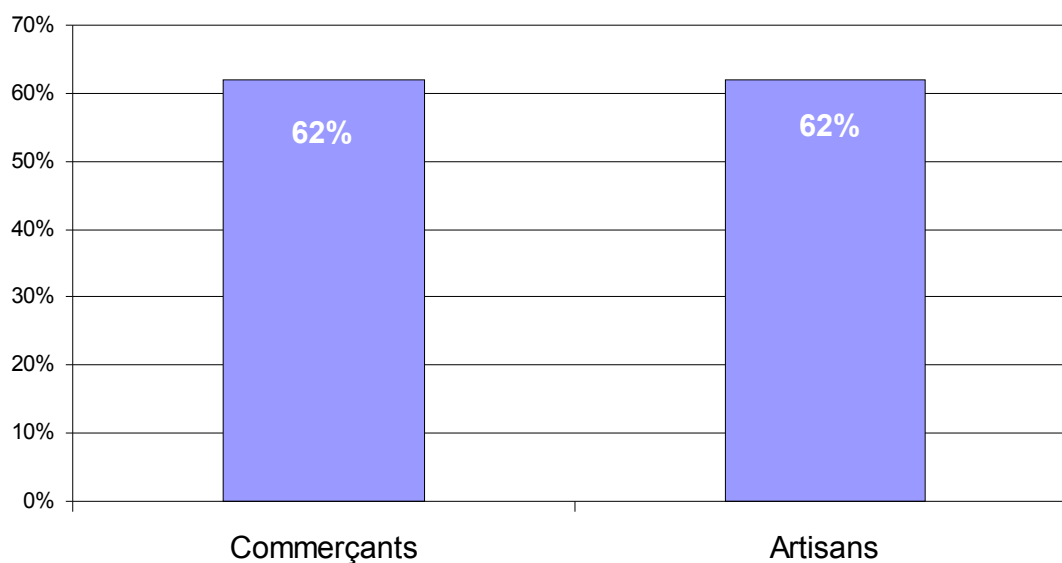


- **Près des trois quarts des artisans propriétaires des « murs »**

Les proportions entre bureaux, ateliers et locaux commerciaux sont très proches pour un même secteur. Par contre, **les artisans en garage-mécanique sont moins de 60% à être propriétaires** de leurs locaux, alors que cette proportion tourne autour des 80% pour les deux autres secteurs.

2. LIEN AVEC L'HABITATION

*Habitez-vous sur votre lieu d'activité ?
Part des réponses positives*



- **Des parts semblables mais une disparité entre les secteurs**

Si les commerçants et les artisans du Pays d'Ouche habitent pour près des deux tiers sur leur lieu d'activité, cette proportion varie selon le secteur d'activité. Ainsi, les commerçants en alimentaire et les CHR sont nettement plus nombreux à habiter et travailler sur le même site que les commerçants en non-alimentaire (respectivement 77% et 83% contre seulement 41%).

Commerçants	Part des artisans travaillant et habitant sur le même lieu
Alimentaire	77%
Non alimentaire	41%
CHR	83%

Dans l'artisanat, cette logique concerne le secteur du bâtiment (68%) et de la production (65%). Cette situation constitue pourtant un fort facteur limitant la transmission d'entreprise.

Artisans	Part des artisans travaillant et habitant sur le même lieu
Bâtiment	68%
Garage-mécanique	39%
Production	65%

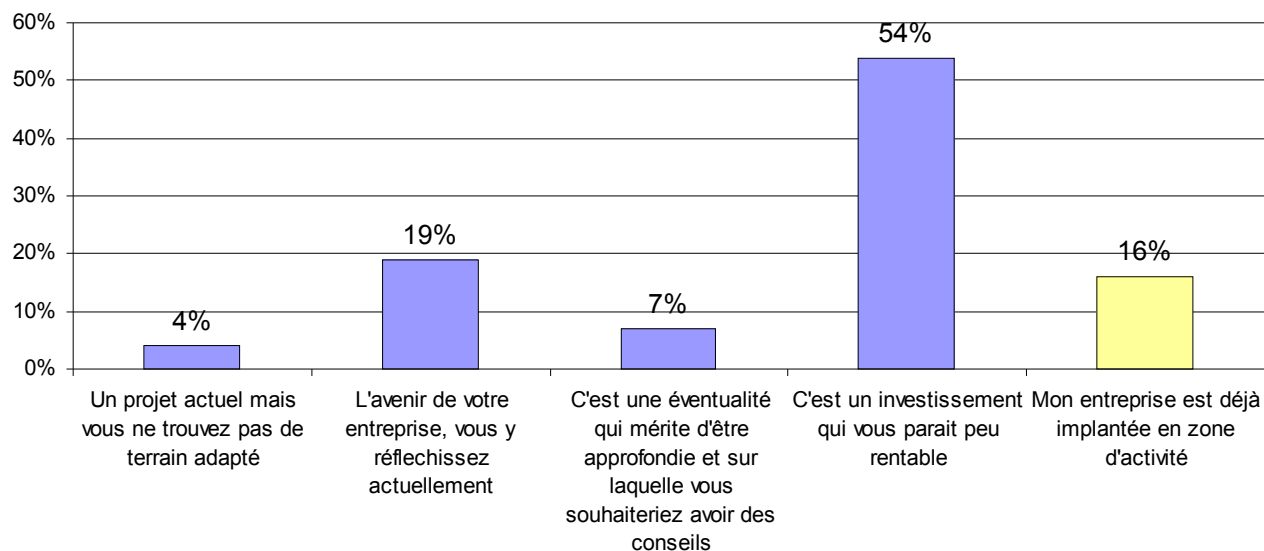
- **Un accès séparé du local d'activité et de l'habitation qui varie selon le secteur d'activité**

Parmi les professionnels habitant dans leur local d'activité, **33%** des commerçants et **47%** des artisans ont prévu **un accès indépendant de leur lieu d'habitation**, favorisant la transmission de leur activité.

Le problème est particulièrement marqué auprès des commerces alimentaires (seulement 23% ont un accès séparé) et des CHR (10%).

3. L'IMPLANTATION EN ZONE D'ACTIVITE

S'implanter en zone d'activités s'est pour vous ? (question fermée)
(question réservée aux artisans)

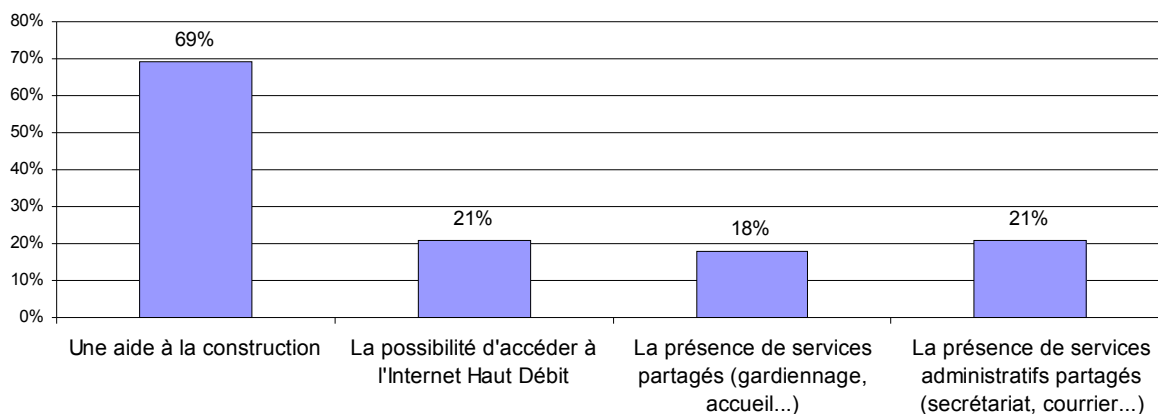


- **Plus de la moitié des artisans indifférents à l'implantation en zone d'activités**

Parmi les artisans qui se sont exprimés, près de deux tiers des **artisans du bâtiment (64%)** restent indifférents à l'installation en zone d'activités. Ils sont d'ailleurs proportionnellement les moins nombreux à être déjà implantés en zone d'activités (8%).

En revanche, le secteur **production** apparaît le plus ouvert à cette perspective : 26% y sont déjà implantés et 37% y réfléchissent.

*Qu'est-ce qui pourrait vous inciter à vous implanter en zone d'activités?
(question fermée)*

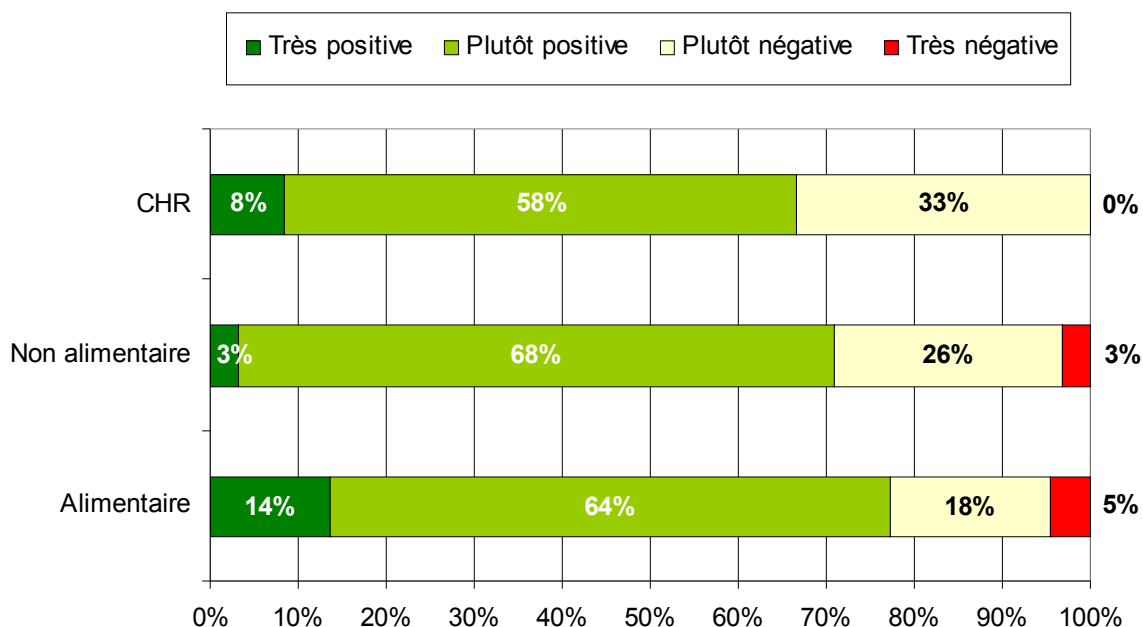


▪ **Aide à la construction : une incitation importante**

L'investissement lié au déplacement constitue le principal frein à l'installation en zone d'activités (atteignant 88% pour les artisans en production) bien avant les services ou les équipements dont les artisans pourraient bénéficier. Seuls les artisans du bâtiment sont sensibles à « la présence de services administratifs partagés » (32%)

B. L'IMAGE COMMERCIAL DE LA COMMUNE

Globalement, quelle image avez-vous de votre commune sur le plan commercial ?
(question réservée aux commerçants)



- **Une image globalement satisfaisante pour près des trois quarts des commerçants**

73% des commerçants ont une image très ou plutôt positive de leur commune sur le plan commercial. Cette proportion n'est que de 64% pour les CHR, les commerces alimentaires étant les plus satisfaits (78%).

Cette image plutôt positive est ressentie sur l'ensemble du Pays d'Ouche.

EPCI	Part des commerçants ayant une image très ou plutôt positive
CDC Pays de l'Aigle	74%
CDC canton Ferté-Frênel	72%
CDC du Pays de la Marche	74%

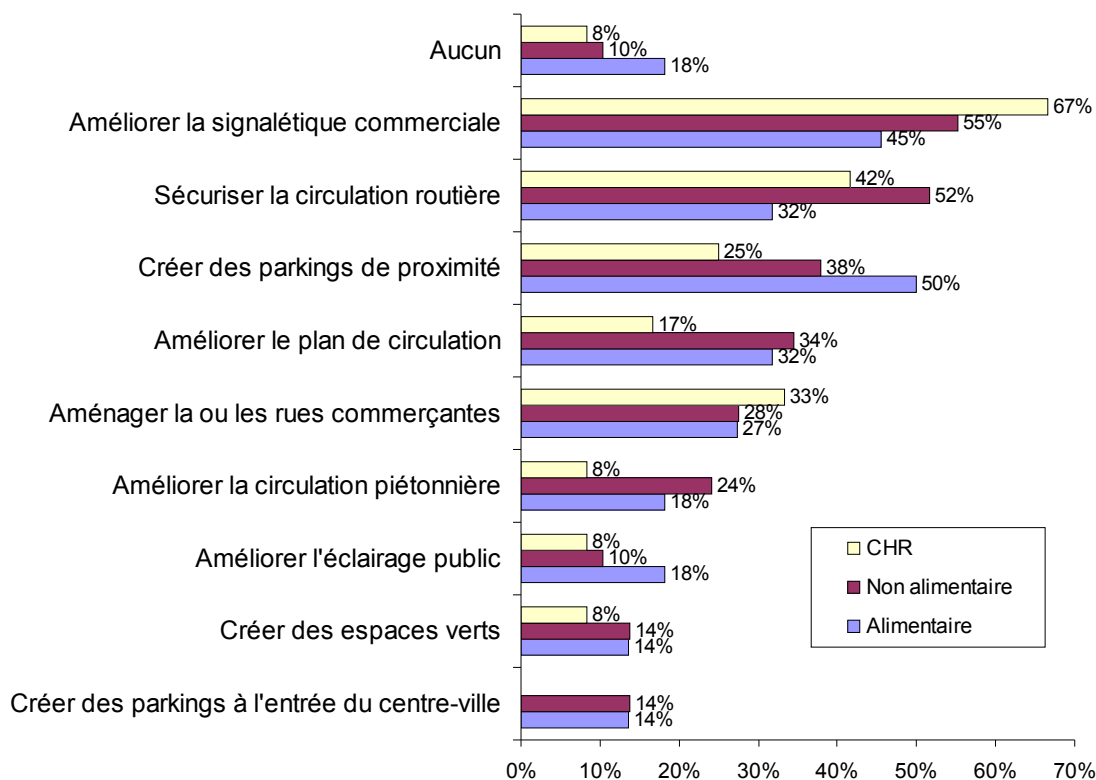
NB : la commune des Aspres hors CDC et la CDC de la Vallée de Risle n'ont pas suffisamment de réponses pour être significatifs.

- **Des remarques négatives liées essentiellement à la disparition de commerces**

Lorsque les commerçants se plaignent de l'image commerciale de leur commune, ils mettent très souvent en avant la disparition de commerces et donc la faiblesse du tissu commercial.

C. LES AMÉNAGEMENTS URBAINS PRIORITAIRES

Quels sont selon vous les aménagements urbains prioritaires à mettre en œuvre pour favoriser votre activité commerciale dans votre commune ?
(uniquement pour les commerçants)



- **Des parkings de proximité pour les commerçants en alimentaire et une meilleure signalétique pour les CHR et les commerces non alimentaires**

Cette question a permis de faire ressortir les attentes des professionnels en matière d'aménagements urbains :

- Pour 54%, il s'agit **d'améliorer la signalétique commerciale**. Ils préconisent ainsi de renforcer le repérage des commerces afin de pallier à leur isolement.
- Pour les **commerces alimentaires**, la problématique est davantage liée à **l'augmentation de stationnement** (50%). Cette attente est assez classique. Ces préoccupations concernent beaucoup moins les CHR, étant plus souvent situés en dehors des centres-bourgs.
- **La sécurisation de la circulation routière** arrive en troisième position des aménagements souhaités (40%), une demande venant plus des commerces non alimentaires (52%) que des commerces alimentaires (32%)

- **Des attentes spécifiques suivant les Communautés de communes**

	Canton de la Ferté-Fresnel	Pays de la Marche	Pays de l'Aigle
Améliorer la signalétique commerciale	47%	71%	61%
Créer des parkings de proximité	53%	50%	26%
Créer des parkings à l'entrée du centre-ville	12%	21%	9%
Aménager la ou les rues commerçantes	41%	29%	26%
Améliorer la circulation piétonnière	18%	29%	22%
Sécuriser la circulation routière	41%	36%	52%
Créer des espaces verts	18%	7%	9%
Améliorer l'éclairage public	18%	14%	9%
Améliorer le plan de circulation	12%	36%	48%
Aucun	6%	7%	17%

La **signalétique commerciale** intéresse tout particulièrement les commerçants des CDC du **Pays de la Marche et du Pays de l'Aigle**.

Si cet élément retient aussi l'attention des commerçants de la CDC du canton de la **Ferté-Frênel**, ils souhaitent aussi vivement la création de **parkings** de proximité, tout comme le **Pays de la Marche**, et l'aménagement des rues commerçantes.

La question des parkings intéresse nettement moins les commerçants du **Pays de l'Aigle** qui eux privilégient **l'amélioration de la circulation routière** (sécurisation et plan de circulation).

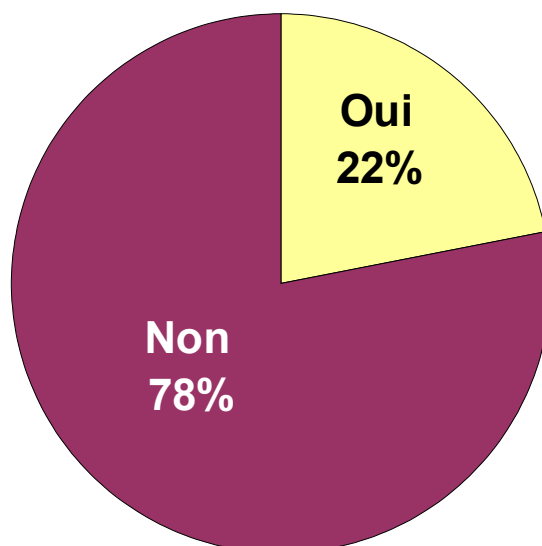
IV. LES ANIMATIONS COMMERCIALES ET LA COMMUNICATION

A. LES UNIONS COMMERCIALES

1. TAUX D'ADHESION

Adhérez-vous à une association de commerçants ou d'artisans au niveau de votre commune ?

(question réservée uniquement aux commerçants)



- **Un très faible taux d'adhésions**

Sur le Pays d'Ouche, nous n'avons pas le quart des commerçants qui adhèrent à une association de commerçants.

La **principale explication** donnée par les enquêtés est tout simplement **l'absence d'association** sur leur commune (plus de la moitié des réponses négatives).

Mais un tiers des non-adhérents avouent aussi qu'ils ne sont **pas intéressés** par les Unions Commerciales.

2. ANCIENNETE DE L'ADHESION

Si vous êtes adhérent, pouvez vous nous dire depuis quelle année ?

Sur les 13 commerçants ayant indiqué adhérer à une association, ils l'ont fait en :

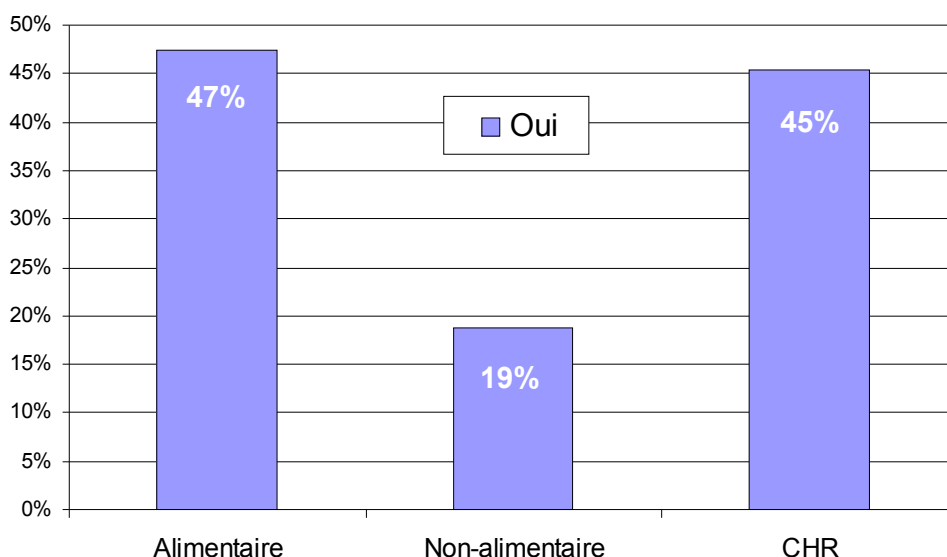
2 en 1985	2 en 2000
3 en 1996	2 en 2002
1 en 1997	1 en 2003
	2 en 2004

- **Une adhésion plutôt récente**

La moitié des adhérents interrogés le sont depuis moins de cinq ans.

3. ASSOCIATION CANTONALE OU INTERCOMMUNALE

*Si votre commune ne dispose pas d'union commerciale seriez-vous prêt à adhérer à une association au niveau de votre canton ou de votre communauté de communes ?
(pour les commerçants)*

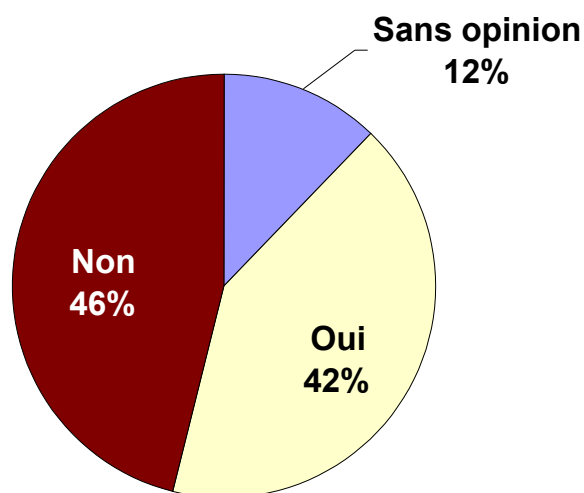


- **Une opportunité surtout pour les commerces alimentaires et CHR**

La création d'associations de commerçants au niveau cantonal ou intercommunal apparaît comme une solution intéressante pour plus du tiers des commerçants (37%). Mais l'intérêt est nettement moins marqué auprès des commerçants en non-alimentaire.

4. NOUVELLES OPERATIONS

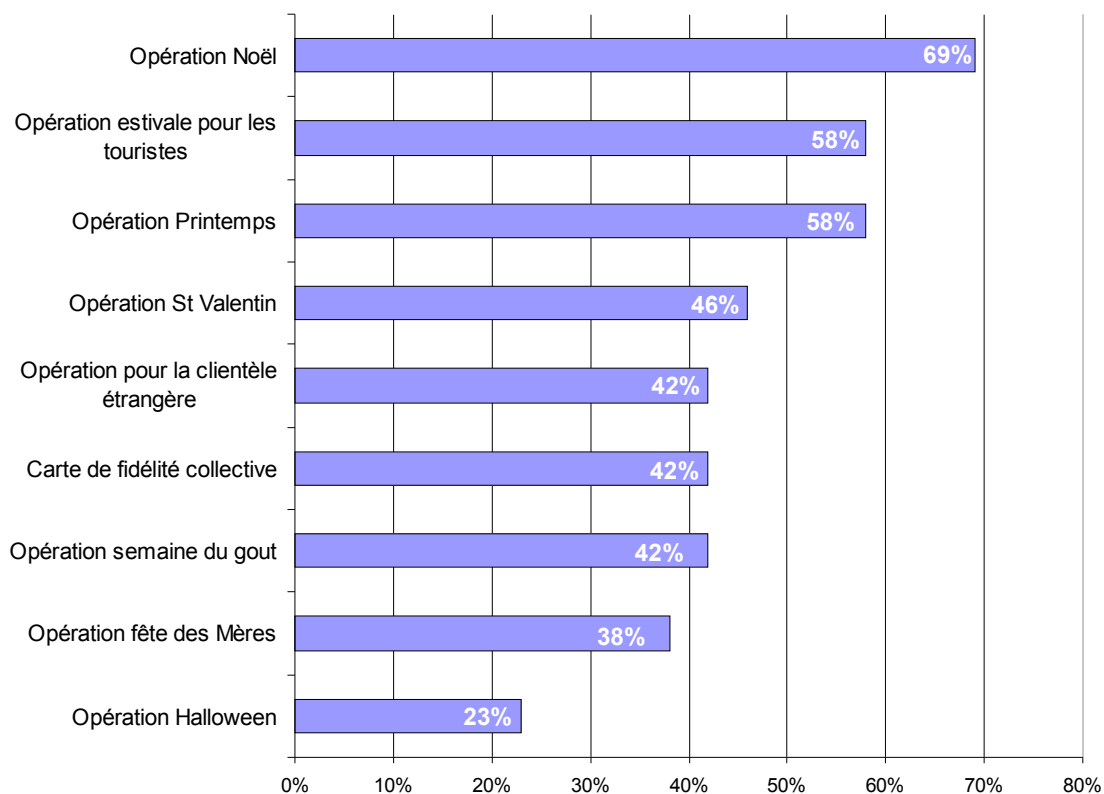
Souhaiteriez-vous que l'association des commerçants mette en place de nouvelles actions ?



- **42% ouverts à de nouvelles animations**

Même si 46% des commerçants du Pays d'Ouche apparaissent peu ouverts à la création de nouvelles actions, une part importante de commerçants restent favorables à cette perspective. Les plus motivés restent le secteur de l'alimentaire et les CHR.

Si oui, lesquelles



- **Développement des animations estivales et de fin d'année**

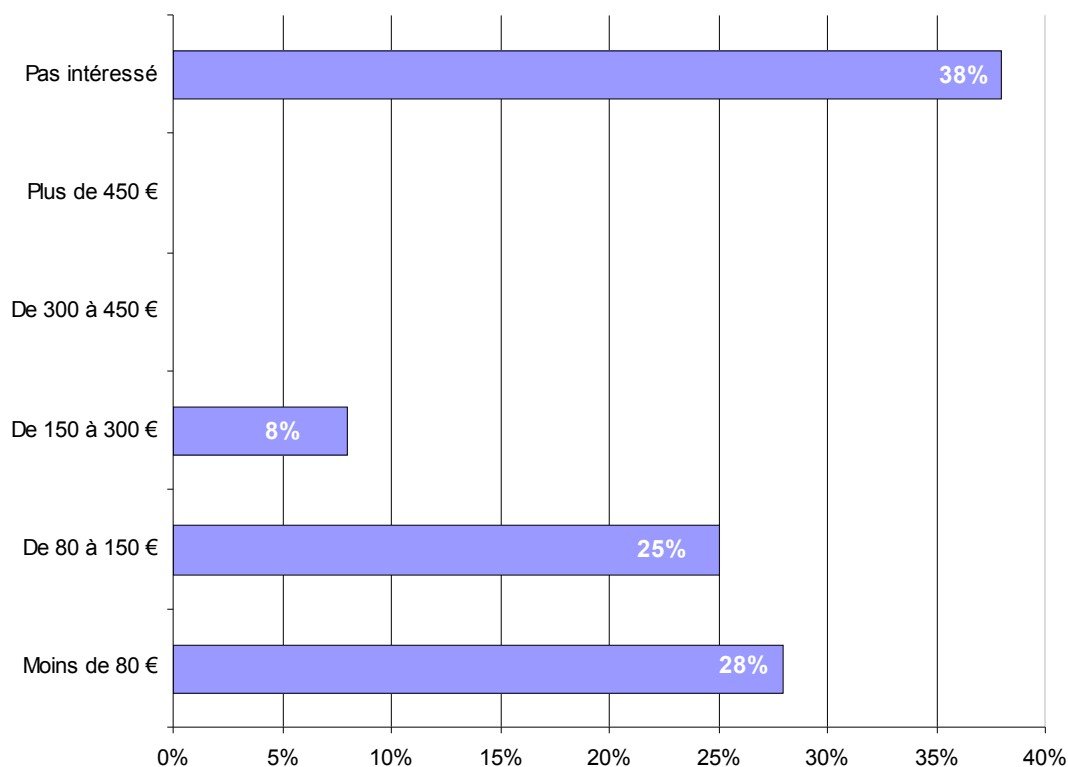
Le graphique précédent montre que c'est lorsque le potentiel de consommation est le plus important (les fêtes de fin d'année et la période estivale) que les commerçants souhaitent capitaliser cette clientèle pour maximiser leur activité à ces moments clés de l'année.

Notons également la demande pour une animation au Printemps.

Les commerçants n'ont pas émis d'autres idées d'actions, mis à part de « *continuer le marché de Noël* » (commerçant de Moulins-la-Marche).

5. BUDGET

Dans le cadre d'une association cantonale proposant 3 opérations commerciales « clé en main » (support + communication + lots), quel budget seriez-vous prêt à investir par an ?



▪ Des budgets pas encore dans les mentalités

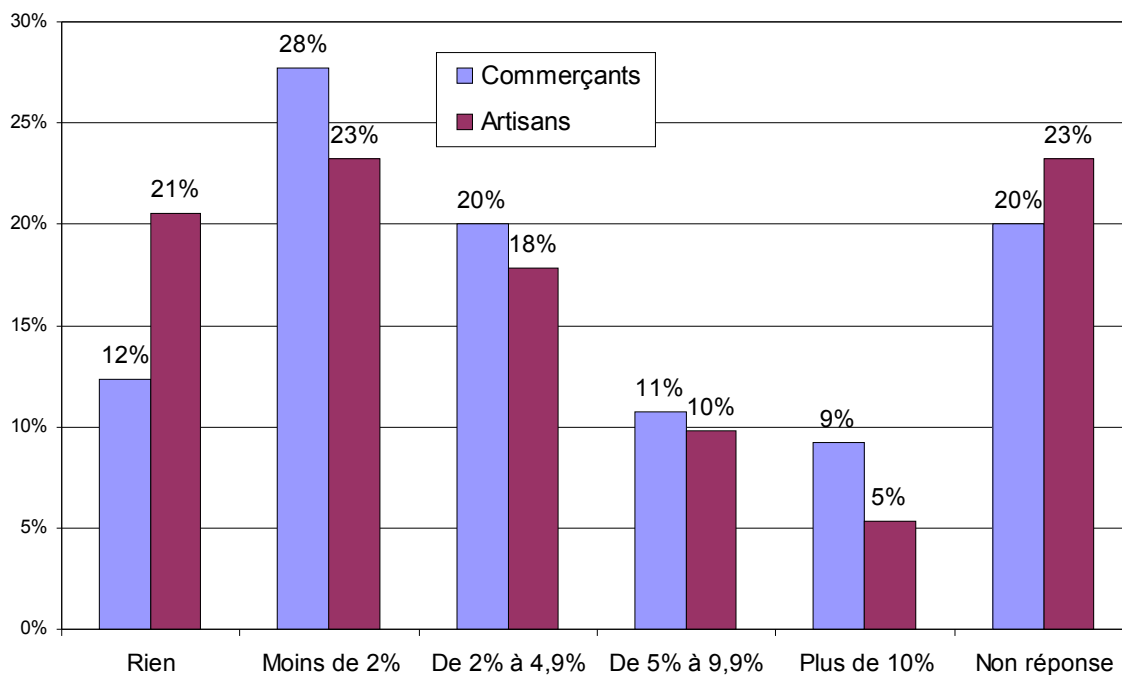
Plus du tiers des commerçants (38%) semblent fermés à l'idée de définir un budget minimum afin de bénéficier d'animation commerciale. Reste que les montants proposés par 53% des commerçants (moins de 150 € par an) apparaissent assez éloignés des réalités.

Commerçants	Part des commerçants prêts à dépenser + de 150 € par an
Alimentaire	5%
Non alimentaire	10%
CHR	10%

B. LA COMMUNICATION

1. LE BUDGET

Quelle part de chiffre d'affaires consacrez-vous à la communication vers votre clientèle ?



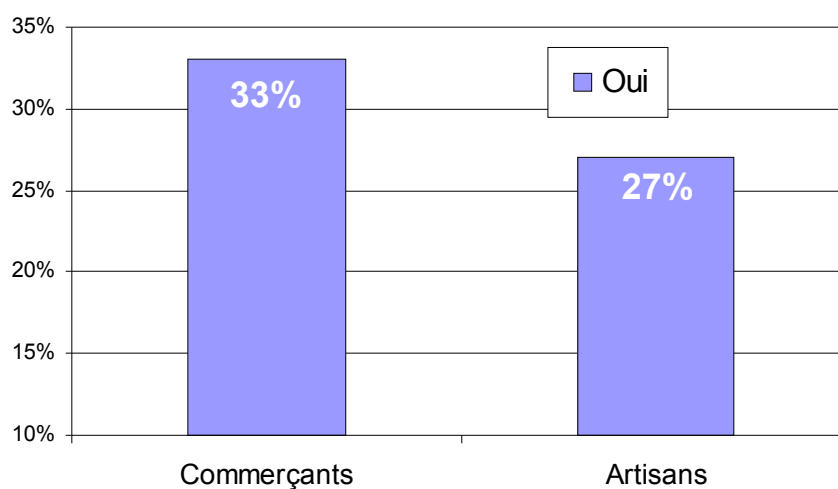
▪ Des efforts contrastés

Les budgets de communication les plus modestes s'observent dans les commerces (alimentaires comme non alimentaires) ainsi que dans le secteur garage-mécanique.

Commerçants	Budget communication par rapport au CA
Alimentaire	2,6%
Non alimentaire	2,2%
CHR	6,9%
Artisans	Budget communication par rapport au CA
Bâtiment	2,4%

Garage-mécanique	1,9%
Production	4,0%

Si cette part est inférieure à 5%, souhaiteriez-vous développer la communication sur votre offre de produits ou de services ?



▪ **Une demande de développement mais qui reste limitée**

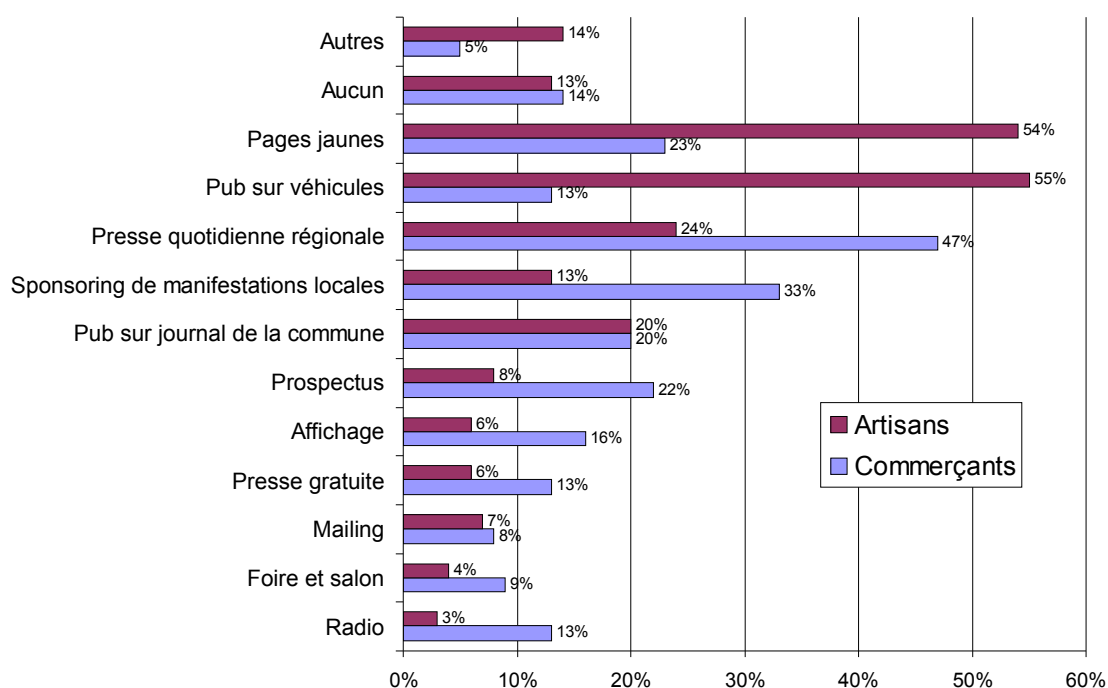
Un tiers des commerçants souhaitent développer la communication sur leur offre, tout particulièrement les **commerces alimentaires et les CHR** (la moitié d'entre eux).

Les commerçants imaginent développer leur communication via **internet** (6 citations) pour toucher tout public, avec de nouveaux dépliants (5 citations).

Internet est aussi le vecteur le plus cité par les artisans (8 citations) avec cette fois la cible des professionnels.

2. LES SUPPORTS

Quels supports publicitaires utilisez-vous régulièrement ?



▪ Des choix de supports diversifiés

« Les **Pages Jaunes** » est le support de communication le plus utilisé (42%), suivi de près par la publicité sur véhicules (39%). Mais le choix de support varie selon le secteur d'activités : les **commerçants** privilégient avant tout la **presse quotidienne et régionale**, ainsi que le sponsoring de manifestations locales.

De plus, artisans et commerçants utilisent **plusieurs supports** (respectivement 2,4 et 2,3 en moyenne par entreprise).

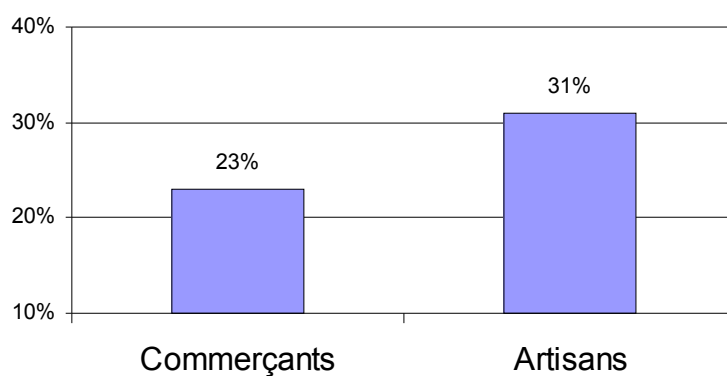
Parmi les « *autres supports* » utilisés, nous avons principalement des citations concernant « *internet* » (4), « *les cartes de visite* » (6) et « *des revues spécialisées* » (3).

V. RESSOURCES HUMAINES

A. RECRUTEMENT

1. LES PROJETS

Envisagez-vous de recruter dans les 5 prochaines années ?



- **28% de professionnels en recherche de personnel dans les 5 prochaines années**

Plus du quart des professionnels interrogés envisagent de recruter dans les cinq prochaines années. Cette moyenne est proche de celle constatée sur le Pays du Perche Ornaïs (29%).

- **Des disparités entre secteurs d'activités**

Activité commerciale	Part de professionnels recruteurs
Alimentaire	5%
Non alimentaire	35%
CHR	25%

Alors que les commerces alimentaires sont très peu nombreux à envisager un recrutement, les commerces alimentaires sont plus d'un tiers à l'envisager.

Artisans	Part de professionnels recruteurs
Bâtiment	29%
Garage-mécanique	29%
Production	40%

Le secteur de la production apparaît le plus dynamique de l'artisanat avec plus de la moitié des entreprises souhaitant recruter dans les prochaines années.

- **CDC Pays de l'Aigle**

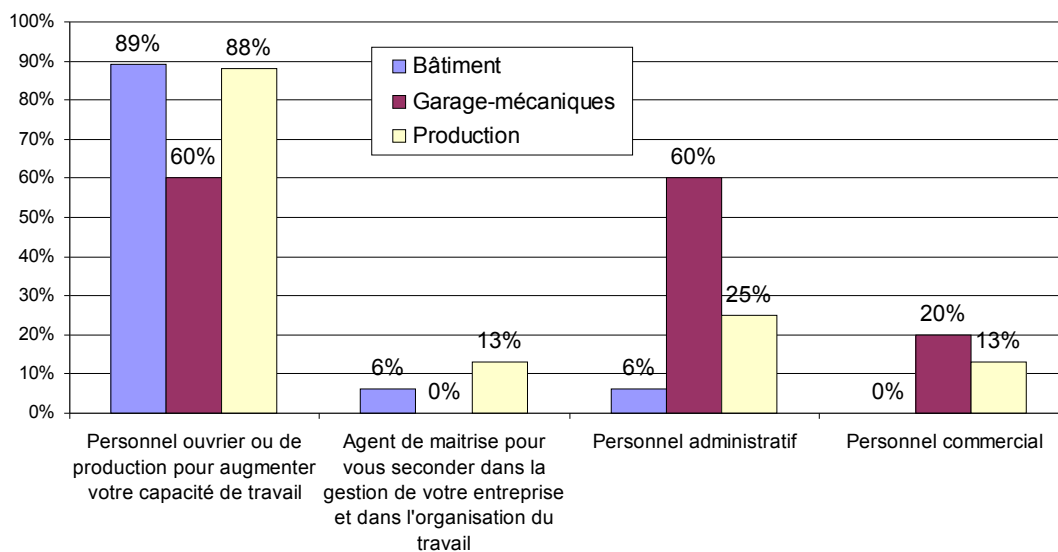
EPCI	Part de professionnels recruteurs
CDC Pays de l'Aigle	33%
CDC canton Ferté-Frênel	23%
CDC du Pays de la Marche	23%

NB : la commune des Aspres hors CDC et la CDC de la Vallée de Risle n'ont pas suffisamment de réponses pour être significatives.

Les professionnels du Pays de l'Aigle devancent les autres territoires par une plus forte volonté de recrutement venant conforter l'évolution de leur activité.

2. LES QUALIFICATIONS RECHERCHEES

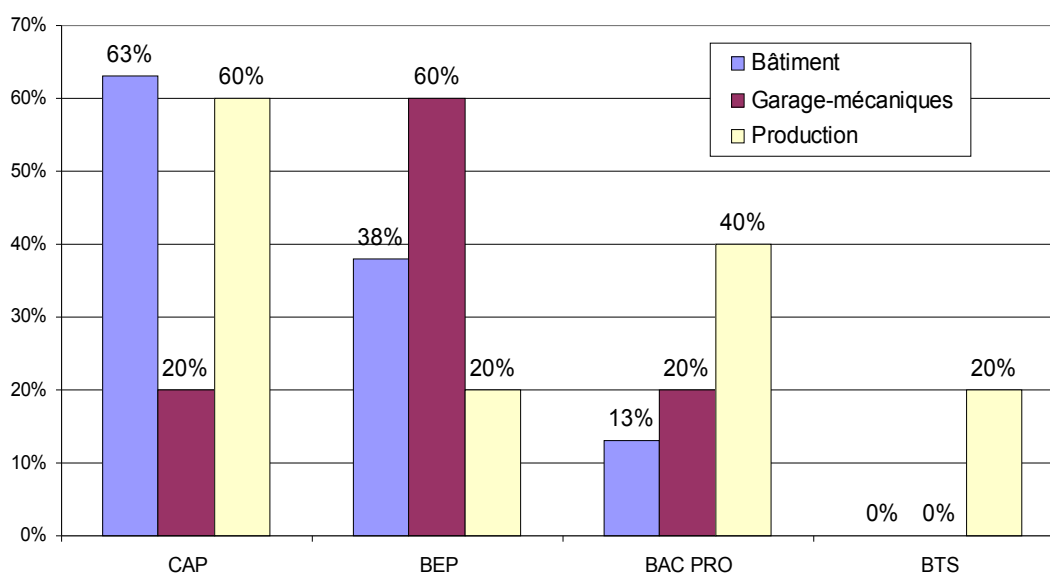
Pour quelles qualifications ? Résultats des artisans



▪ Du personnel ouvrier pour 84% des entreprises artisanales

Si près de 9 artisans du bâtiment et production sur 10 souhaitent embaucher du personnel ouvrier, les artisans garage-mécanique ont des demandes plus diversifiées notamment pour des fonctions administratives (60%) et, dans une moindre mesure, commerciales (20%).

Pour ce qui est du personnel ouvrier ou de production pouvez-vous nous préciser le niveau d'étude recherché ?



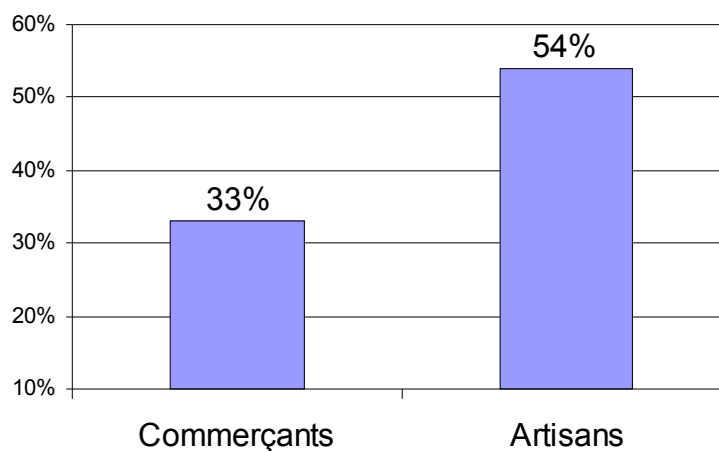
- **Des attentes spécifiques suivant les métiers**

Si pour les artisans du bâtiment les qualifications recherchées se limitent principalement au CAP et au BEP, dans le garage-mécanique la recherche est davantage concentrée sur les BEP.

Dans l'artisanat de production, les besoins sont plus variés et concernent plus souvent des niveaux d'études supérieurs (BAC PRO et BTS).

3. LES DIFFICULTES DE RECRUTEMENT

Rencontrez-vous des difficultés à recruter du personnel compétent ?



- **Des difficultés majeures pour recruter**

Le Pays d'Ouche fait partie de la plupart des Pays ruraux qui manquent de main d'œuvre qualifiée, les artisans étant ici davantage touchés que les commerçants.

- **Des problématiques plus marquées dans les commerces alimentaires**

Activité commerciale	Part de professionnels ayant des difficultés à recruter du personnel compétent
Alimentaire	43%
Non alimentaire	32%
CHR	18%

Les difficultés de recrutement se retrouvent logiquement sur les métiers les plus techniques et notamment l'alimentaire.

Par contre, et à l'opposé du Pays du Perche Ornais, les CHR interrogés connaissent moins de difficultés.

- **Une pénurie de main d'œuvre dans le bâtiment**

Artisans	Part de professionnels ayant des difficultés à recruter du personnel compétent
Bâtiment	60%
Garage-mécanique	47%
Production	48%

Quels que soient les secteurs d'activités, les artisans connaissent des difficultés dans la recherche de personnel compétent. Mais le secteur du bâtiment est aujourd'hui le plus confronté au problème.

- **Des difficultés sur l'ensemble du territoire**

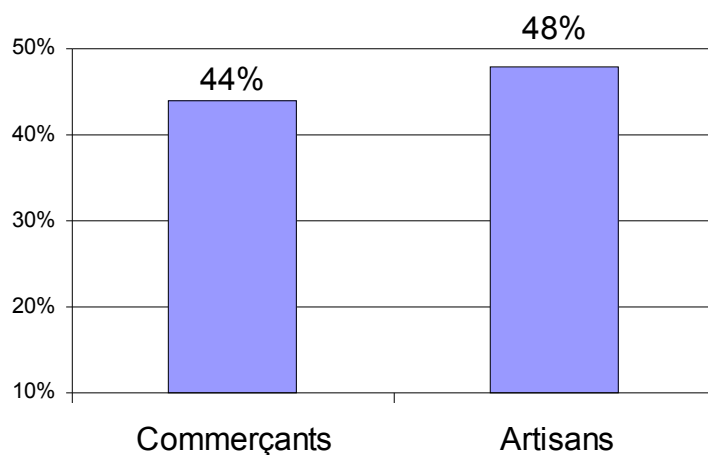
EPCI	Part de professionnels ayant des difficultés à recruter du personnel compétent
CDC Pays de l'Aigle	49%
CDC canton Ferté-Frênel	40%
CDC du Pays de la Marche	42%

NB : la commune des Aspres hors CDC et la CDC de la Vallée de Risle n'ont pas suffisamment de réponses pour être significatives.

Si les problématiques de recrutement sont générales sur l'ensemble des territoires du Pays d'Ouche, les professionnels de la CDC du Pays de L'Aigle sont les plus confrontés au problème.

B. MAIN D'ŒUVRE PONCTUELLE

Avez-vous besoin de main d'œuvre ponctuelle pour faire face à des pics d'activité ?



- **Une demande particulièrement forte dans l'artisanat**

Si artisanat et commerce sont autant touchés par le problème, il est rare d'arriver à un tel niveau chez les artisans (Pays du Perche Ornaïs : seulement 29%).

- **Un problème récurrent pour les CHR**

Activité commerciale	Part de professionnels ayant des besoins en main d'œuvre ponctuelle
Alimentaire	52%
Non alimentaire	35%
CHR	50%

Ces résultats concernant les commerces mettent en évidence la saisonnalité d'activités que connaissent les CHR, mais aussi les commerces alimentaires.

- **Une pénurie de main d'œuvre supplémentaire dans le bâtiment**

Artisans	Part de professionnels ayant des besoins en main d'œuvre ponctuelle
Bâtiment	56%
Garage-mécanique	28%
Production	45%

Le secteur du bâtiment est de nouveau confronté à ce problème de main d'œuvre. Par contre, en garage-mécanique, le phénomène est nettement moins présent.

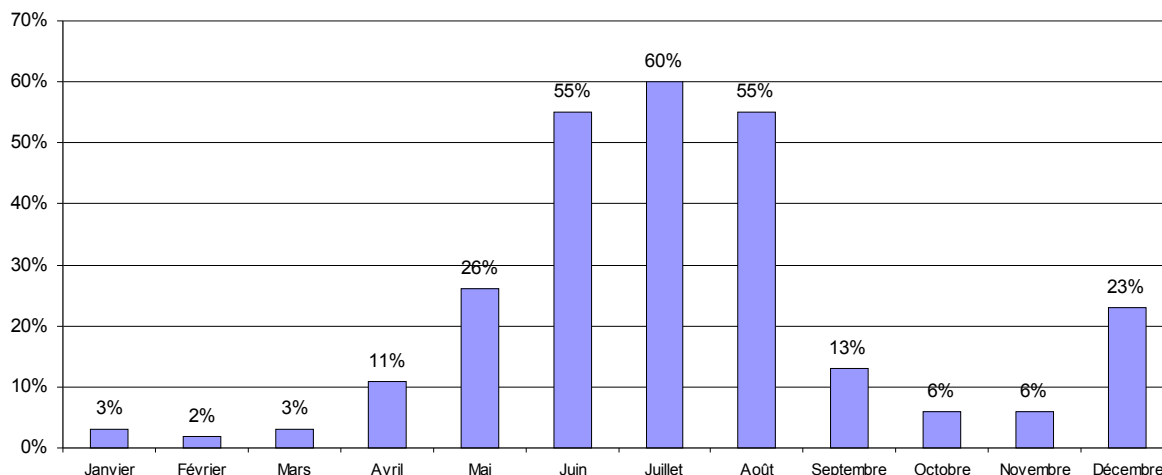
- **L'ensemble du Pays confronté au problème**

EPCI	Part de professionnels ayant des besoins en main d'œuvre ponctuelle
CDC Pays de l'Aigle	48%
CDC canton Ferté-Frênel	42%
CDC du Pays de la Marche	47%

NB : la commune des Aspres hors CDC et la CDC de la Vallée de Risle n'ont pas suffisamment de réponses pour être significatifs.

Les trois Communautés de communes étudiées connaissent une difficulté semblable sur cette question.

Si vous avez besoin de main d'œuvre ponctuelle, à quelle période de l'année ?



Même si ce graphique montre que les surcroûts d'activité se concentrent pour tous les professionnels sur les **mois d'été**, d'autres périodes sont plus spécifiques à chaque secteur :

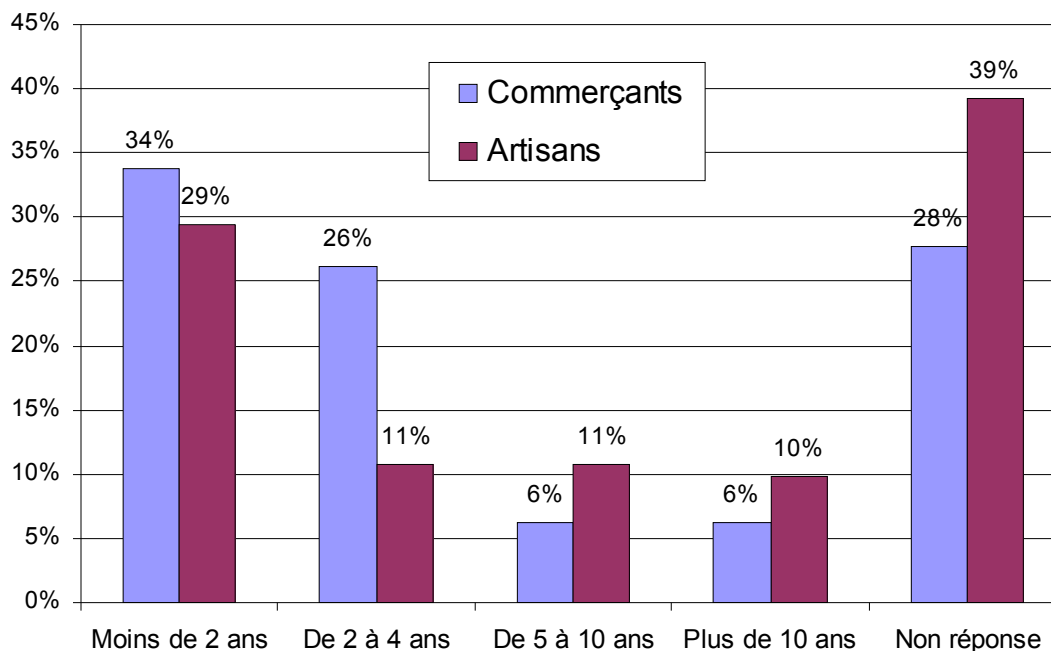
- Les **artisans** ont des pics d'activité également marqués sur les mois de mai (32%) et septembre (18%).
- Les **commerçants** sont marqués par les fêtes de fin d'année (38% en décembre).

La réflexion autour de forums de l'emploi saisonnier serait de nature à répondre à cette problématique soulignée par les professionnels.

C. LA FORMATION

1. DERNIERE FORMATION SUIVIE

De quand date votre dernière formation ?



- **Des commerçants plus attentifs à la formation**

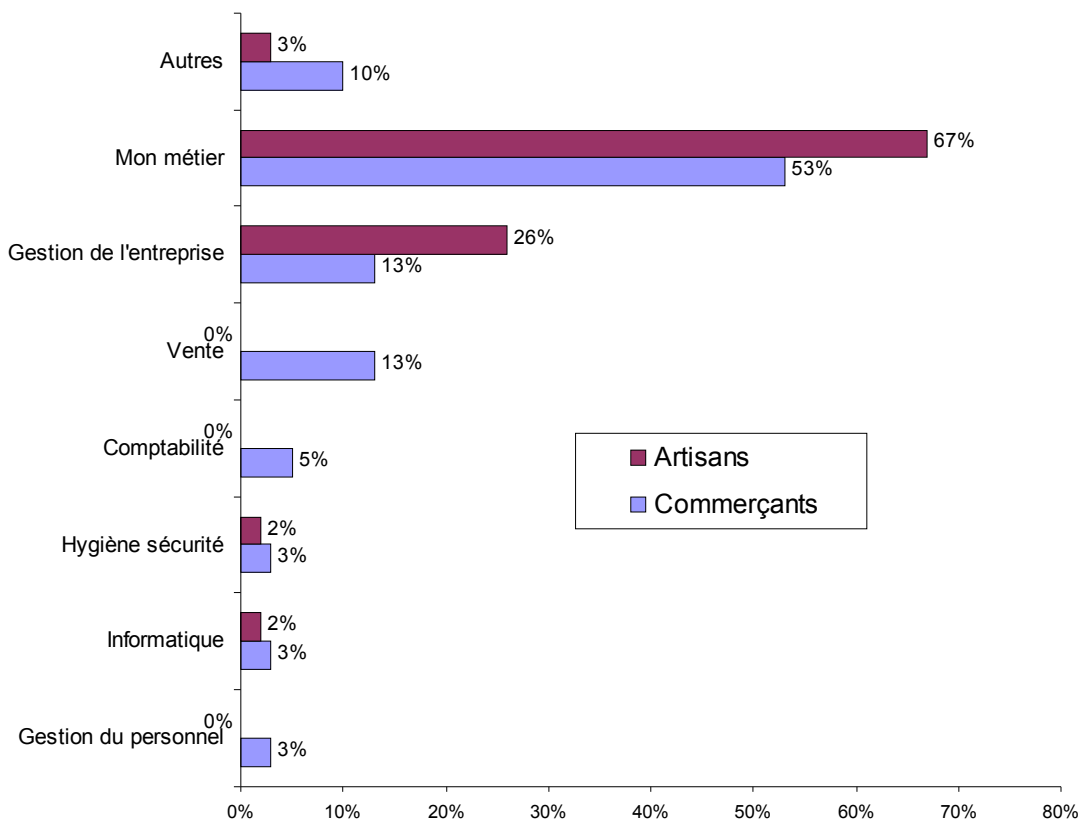
Malgré une proportion importante de professionnels n'ayant pas répondu à cette question (notamment parmi les artisans), les commerçants bénéficient des formations les plus récentes. 60% d'entre eux ont été formés depuis moins de cinq ans contre 40% des artisans.

Plus précisément, les commerçants en non alimentaire ont en moyenne réalisé une formation depuis 2,4 ans, contre 6,2 ans pour ceux de l'alimentaire (3,3 ans pour les CHR).

Ces disparités sont aussi présentes dans l'artisanat : en moyenne, cela fait 7,3 ans que les artisans en production n'ont pas eu de formation contre 2,3 ans en garage-mécanique (4,95 ans en bâtiment).

2. THEME DE FORMATION SUIVIE

Quel était le thème de cette dernière formation ?



- **Près des deux tiers des formations centrées sur le métier de base pour les commerçants et les artisans**

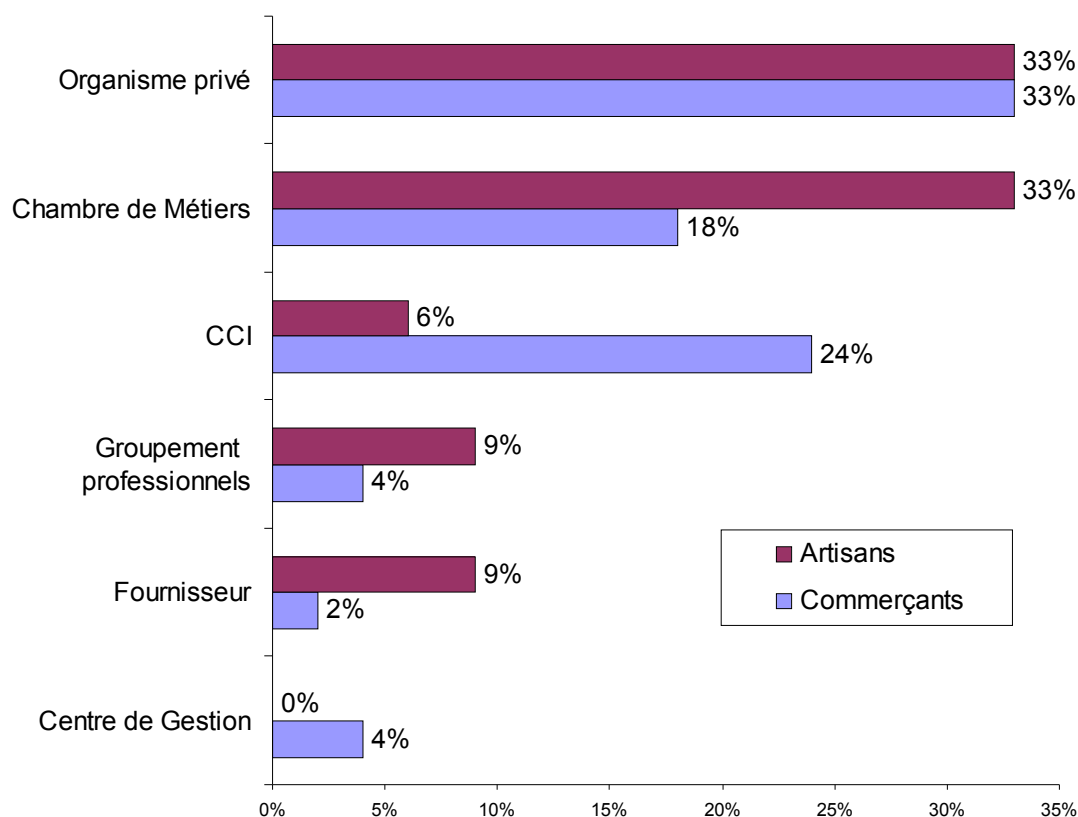
La majorité des formations suivies par les commerçants et les artisans concerne leur **métier** de base (62%).

Dans tous les cas, les formations centrées sur la **gestion d'entreprise** constituent la seconde principale thématique : 26% pour les artisans, 13% pour les commerçants.

Toutefois, les commerçants sont ouverts à plus de thèmes comme la vente (13%) et la comptabilité (5%).

3. ORGANISME DE FORMATION

Avec quel organisme avez vous suivi votre dernière formation ?



- **Des sources diversifiées**

Si les compagnies consulaires constituent les principaux organismes de formation (en particulier la Chambre de Métiers pour les artisans), les organismes privés occupent aussi une place prépondérante, un tiers des entrepreneurs ayant fait appel à eux.

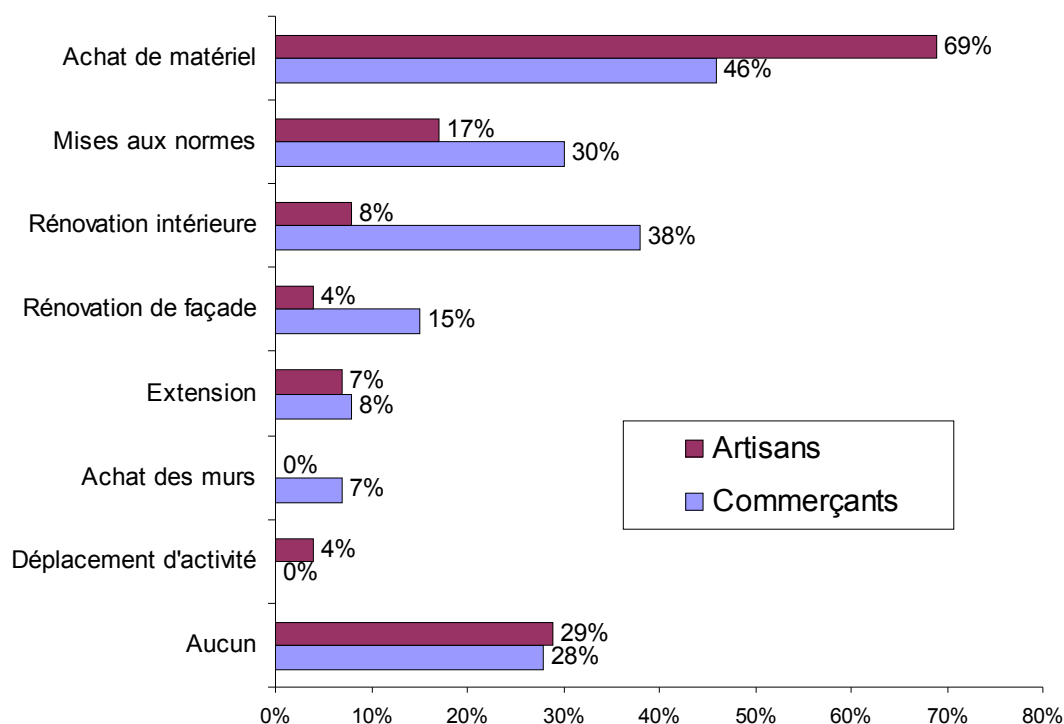
Groupements professionnels, fournisseurs et centres de gestion sont plus rarement utilisés.

VI. L'INNOVATION ET LES NOUVELLES TECHNOLOGIES

A. INVESTISSEMENTS

1. TYPES D'INVESTISSEMENTS REALISES

Avez-vous procédé à des innovations ou des investissements majeurs (>1500 €HT) dans les 3 dernières années ?



- **72% des professionnels ont réalisé des investissements majeurs récemment**

L'achat de matériel constitue logiquement le principal investissement notamment dans le secteur de l'artisanat (69%) mais aussi dans celui du commerce (46%).

- **Des disparités entre secteurs d'activités ...**

Les **CHR** s'attachent à **améliorer leur local** (rénovation intérieure : 67%). Ce phénomène est moins suivi chez les commerçants **en alimentaire** (seulement 20% en rénovation intérieure, mais 20% de ces professionnels ont rénové aussi des façades). Dans ce dernier secteur, ce sont **les mises aux normes** qui font partie des investissements les plus fréquents (45% en alimentaire alors que 33% dans les CHR).

Mis à part les investissements liés à l'achat de matériel, les commerces **en non-alimentaire** ont eux insisté sur les travaux de **rénovation de façade** (37%).

Précisons que le secteur **garage-mécanique** est le **plus faible investisseur avec 44% n'ayant pas investi** ces 3 dernières années (contre 25% dans le secteur du bâtiment et 29% dans celui de la production). Mis à part l'achat de matériel, ils sont 22% à avoir réalisé des travaux de rénovation intérieure (part supérieure à celui du bâtiment avec seulement 3% et de la production avec 10%), 22% des investissements de mises aux normes et 17% des travaux d'extension.

L'achat de matériel est pour tous les secteurs de l'artisanat le premier investissement, mais ce poste est particulièrement représenté dans le **bâtiment**, avec 73% des entreprises de ce secteur ayant réalisé un tel investissement (contre 67% en production et 56% en garage-mécanique).

Dans le secteur de la **production**, la **mise aux normes** est le 2^{ème} investissement le plus souvent cité (29%).

- **... et Communautés de communes**

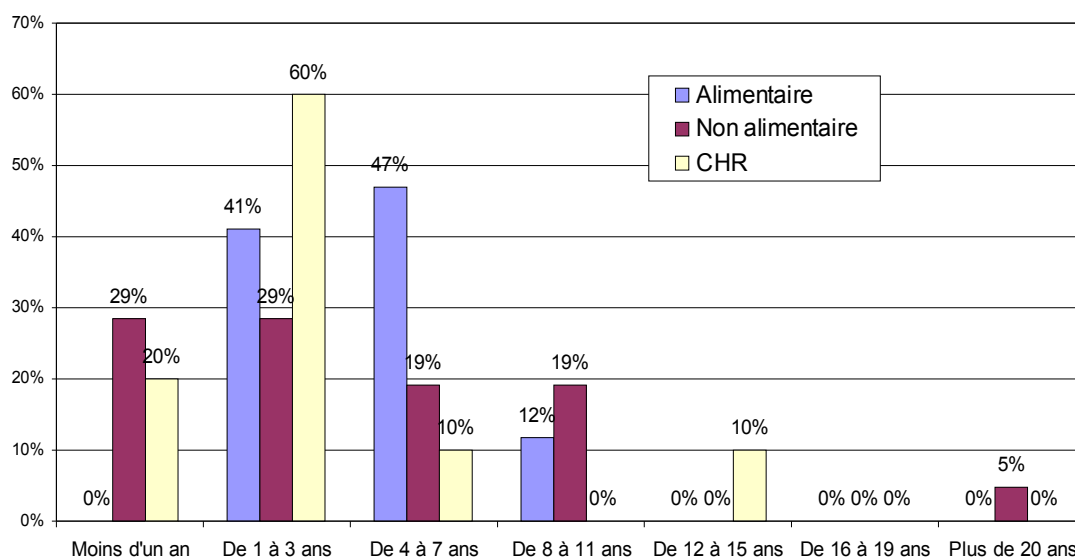
CDC	Part de professionnels ayant investi ces trois dernières années
Pays de L'Aigle	69%
Canton de la Ferté-Frênel	83%
Pays de la Marche	68%

NB : la commune des Aspres hors CDC et la CDC de la Vallée de Risle n'ont pas suffisamment de réponses pour être significatifs.

Les professionnels de la CDC du canton de la Ferté-Frênel sont ceux qui ces dernières années ont le plus souvent investis (83%), les deux autres territoires restant à un niveau toutefois élevé.

2. INVESTISSEMENT SUR LE LOCAL D'ACTIVITÉ

De quand date la rénovation de votre local d'activité ?



■ Une rénovation récente

80% des CHR, 58% des commerçants en alimentaire et 41% en non alimentaire ont rénové leur local de vente depuis moins de 3 ans. Concernant le secteur du non-alimentaire, près de la moitié des travaux de rénovation datent de 4 à 7 ans.

Reste que près d'un commerce sur cinq n'a pas été rénové depuis plus de 8 ans (17%). Ces retards s'observent principalement sur le Pays de la Marche (22%) et le Pays de l'Aigle (21%). Les professionnels de la CDC du canton de la Ferté-Frênel ont investi plus récemment.

CDC	Part des commerçants et CHR n'ayant pas investi dans leur local d'activité depuis plus de 8 ans
Pays de L'Aigle	21%
Canton de la Ferté-Frênel	8%
Pays de la Marche	22%

NB : la commune des Aspres hors CDC et la CDC de la Vallée de Risle n'ont pas suffisamment de réponses pour être significatives.

3. MISES AUX NORMES POUR LES COMMERCE ALIMENTAIRES

*Vos travaux de mises aux normes ont-il été réalisé ?
(pour les 22 commerçants de l'alimentaire)*

Sur 17 répondants, 4 ne l'ont pas encore fait
Parmi les 13 commerces aux normes,
9 réponses concernant la date de réalisation :

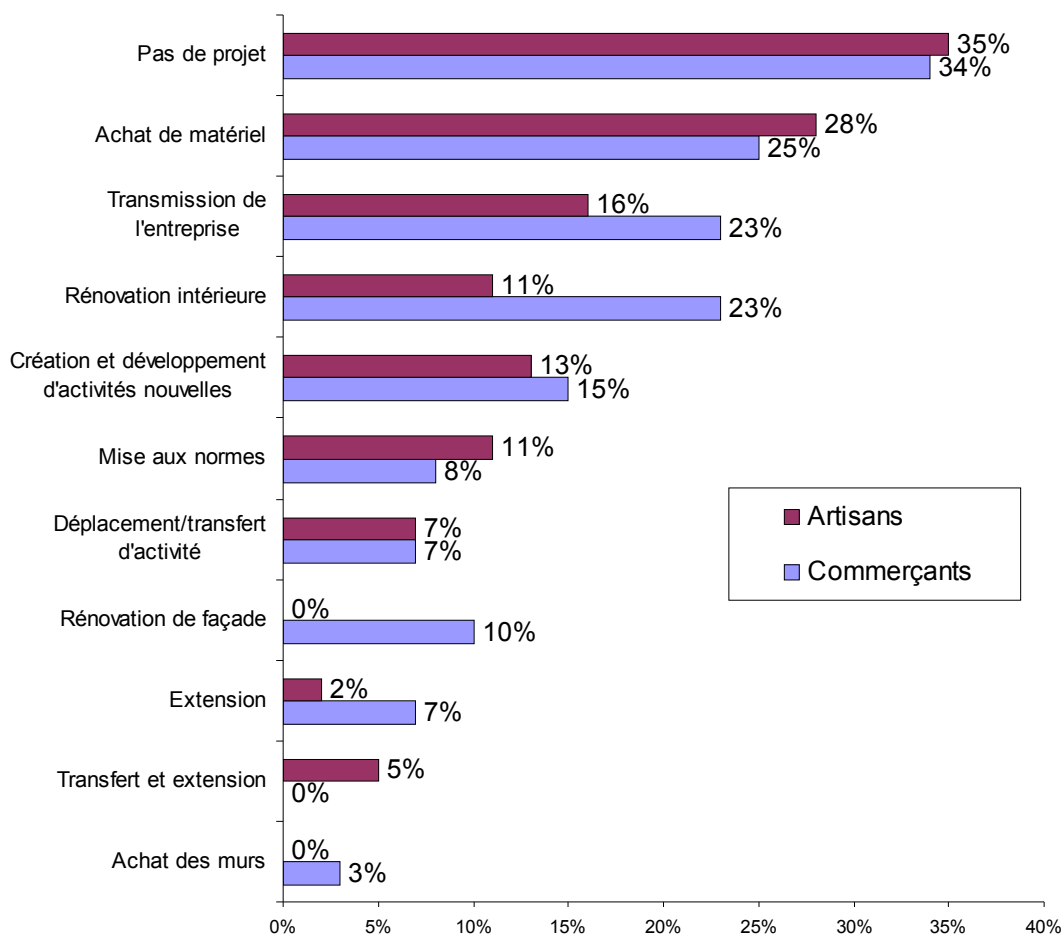
Moins d'un an :	aucune citation
De 1 à 4 ans :	5 citations
De 5 à 10 ans :	4 citations
Plus de 10 ans :	aucune citation

- **Un commerce alimentaire sur quatre doit encore se mettre aux normes**

Les trois quarts des commerçants de l'alimentaire sont désormais aux normes dont plus de la moitié depuis moins de 4 ans. Reste 25% de commerces qui doivent encore investir dans ce domaine.

B. PROJET

Dans les 3 à 5 prochaines années, quels projets envisagez-vous pour votre entreprise ?



▪ Une dynamique mitigée

65% des professionnels ont des projets d'investissement pour ces 3 à 5 prochaines années : le Pays d'Ouche se positionne dans la moyenne des autres territoires que nous avons déjà pu étudier.

Même si cette situation est encourageante, il convient de constater que la transmission de l'entreprise se place en 2^e position des projets, concernant jusqu'à 23% des commerçants. Or cette perspective ne constitue pas une situation toujours favorable pour l'entreprise.

Si l'on distingue les projets spécifiques de chaque secteur d'activité on peut citer :

- **Les CHR** sont plus nombreux à avoir **des projets (80%)**. Tout comme les commerces en **non-alimentaire**, ils privilégient les **projets de rénovation d'intérieur (30%)**, mais aussi de **création et de développement de nouvelles activités (20% et 21% en non-alimentaire)**.
- **41% des commerces en alimentaire** prévoient une transmission de leur entreprise, niveau le plus élevé de tous les secteurs étudiés.
- **Les artisans en production** sont 83% à envisager des projets, mettant en avant l'achat de matériel (39%) et les projets de transmission d'entreprise (26%).
- **18%** des entreprises garage-mécanique souhaitent investir pour la mise aux normes de leur activité.

CDC	Part des professionnels ayant des projets d'investissement
Pays de L'Aigle	67%
Canton de la Ferté-Frênel	65%
Pays de la Marche	67%

NB : la commune des Aspres hors CDC et la CDC de la Vallée de Risle n'ont pas suffisamment de réponses pour être significatives.

La part des professionnels ayant des projets est globalement constante d'une Communauté de communes à l'autre.

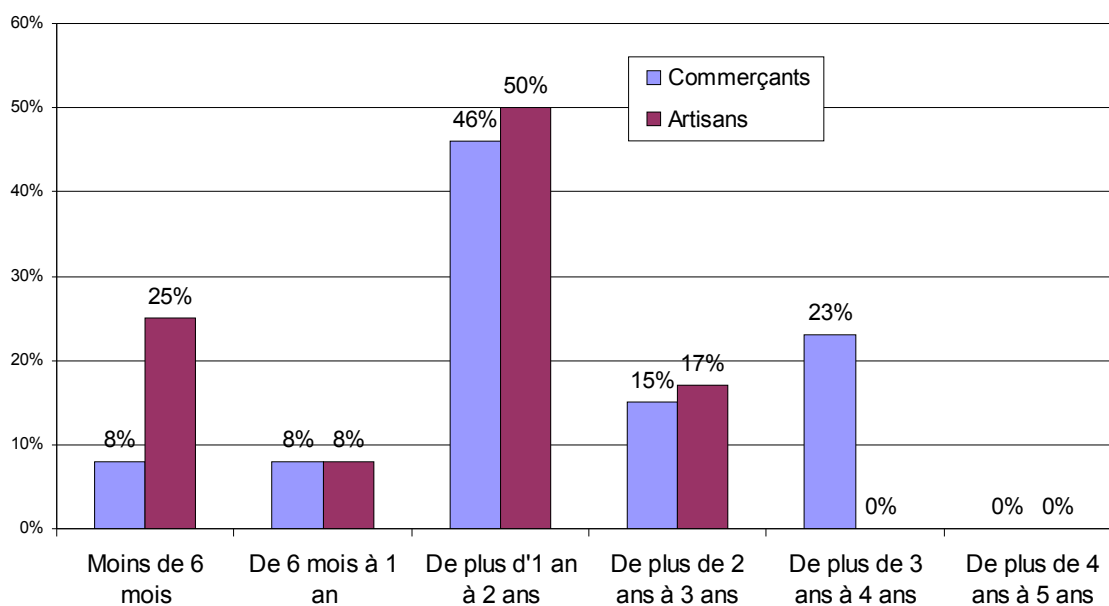
▪ **Montant de l'investissement envisagé**

22 professionnels ont indiqué le montant de l'investissement envisagé :

	<u>invest. moyen</u>
- 1 commerçant en alimentaire	10 000 €
- 8 commerçants en non-alimentaire	65 100 €
- 2 CHR	62 500 €
- 5 artisans bâtiment	36 200 €
- 2 artisans garage-mécanique	53 000 €
- 3 artisans production	117 700 €

Les montants d'investissement sont très différents selon les secteurs, les artisans optant pour des projets souvent plus lourds.

▪ Délai de réalisation



Près des trois quarts des projets sont prévus dans un délai allant jusqu'à 2 ans.

▪ Sollicitation d'une subvention ou de fonds publics

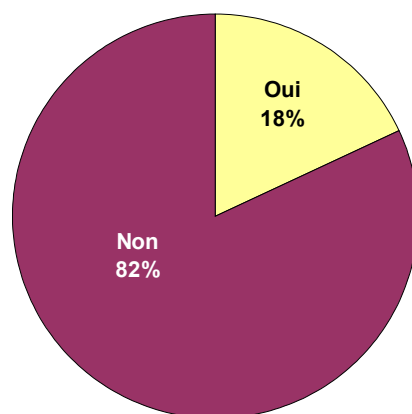
Bien que le délai de réalisation soit assez court, seulement 6% des professionnels ayant répondu, ont sollicité une subvention.

30% des entrepreneurs pensent faire appel à des fonds publics mais le recours à ces fonds varie selon l'activité : ils sont 43% chez les commerçants et 15% chez les artisans.

Parmi les organismes auxquels ils feront appels, les professionnels (3 répondants) citent la Chambre de Métiers, la CCI et le Conseil Général.

C. NIVEAU DE SOLLICITATION DES SERVICES MARCHANDS

Avez-vous fait appel à des compétences extérieures pour mettre au point de nouvelles méthodes de travail ou améliorer votre efficacité commerciale (cabinet d'étude, consultant extérieur...) ?
(pour les commerçants)



- **Moins d'un commerçant sur cinq a fait appel à des conseils extérieurs**

18% des commerçants font appel à des conseils extérieurs, soit un taux quelque peu inférieur aux autres Pays étudiés (dont commerçants du Pays du Perche Ornaï 22%).

*Type de compétences extérieures
(12 répondants)*

	nb citations
Informatique	10
Agencement intérieur décoration	6
Communication promotion	4
Merchandising assortiment	2
Marketing études de marché	2
Gestion du personnel	1
Mises aux normes	0
Conseil techniques process	0

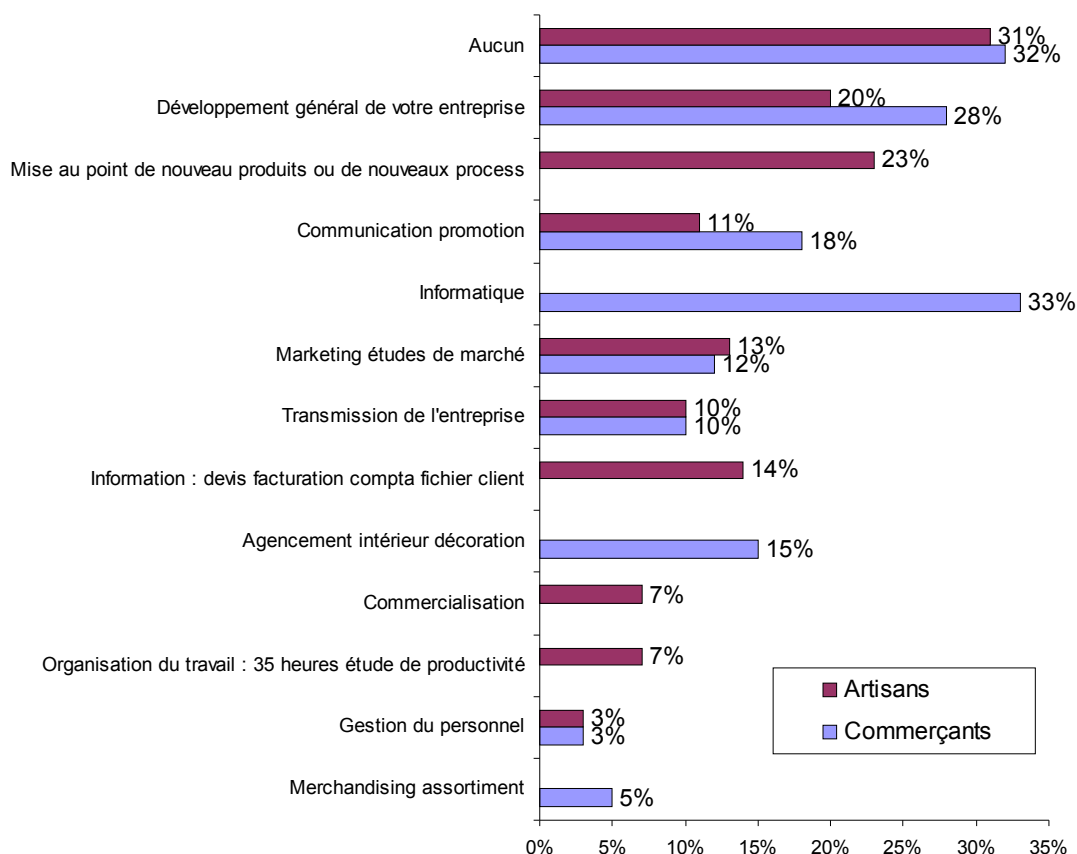
- **Des conseils en informatique et pour améliorer l'attrait du point de vente**

Les commerçants du Pays d'Ouche, qui font appel à des conseils extérieurs, sollicitent principalement des professionnels de l'informatique et de l'agencement des points de vente. Dans ce dernier cas, ces conseils s'inscrivent dans le renforcement de l'attractivité de leur point de vente dans le cadre notamment de projet de rénovation.

Près des trois quarts des demandes de conseil sont du fait des commerçants en non-alimentaire.

D. BESOINS EN CONSEILS EXTÉRIEURS

Parmi les domaines suivants, quels sont ceux pour lesquels vous souhaiteriez bénéficier d'un appui extérieur (payant ou non payant) ?



▪ Des attentes importantes...

Les commerçants (68%) comme les artisans (69%) du Pays d'Ouche sont particulièrement ouverts à des conseils extérieurs. Seuls 47% des artisans garage-mécanique restent réticents à ce type d'approche, alors qu'ils ne sont que 18% en production.

▪ ... sur l'ensemble du Pays d'Ouche

CDC	Part des commerçants et artisans souhaitant bénéficier d'appui extérieur
Pays de L'Aigle	69%
Canton de la Ferté-Frênel	71%
Pays de la Marche	76%

NB : la commune des Aspres hors CDC et la CDC de la Vallée de Risle n'ont pas suffisamment de réponses pour être significatives.

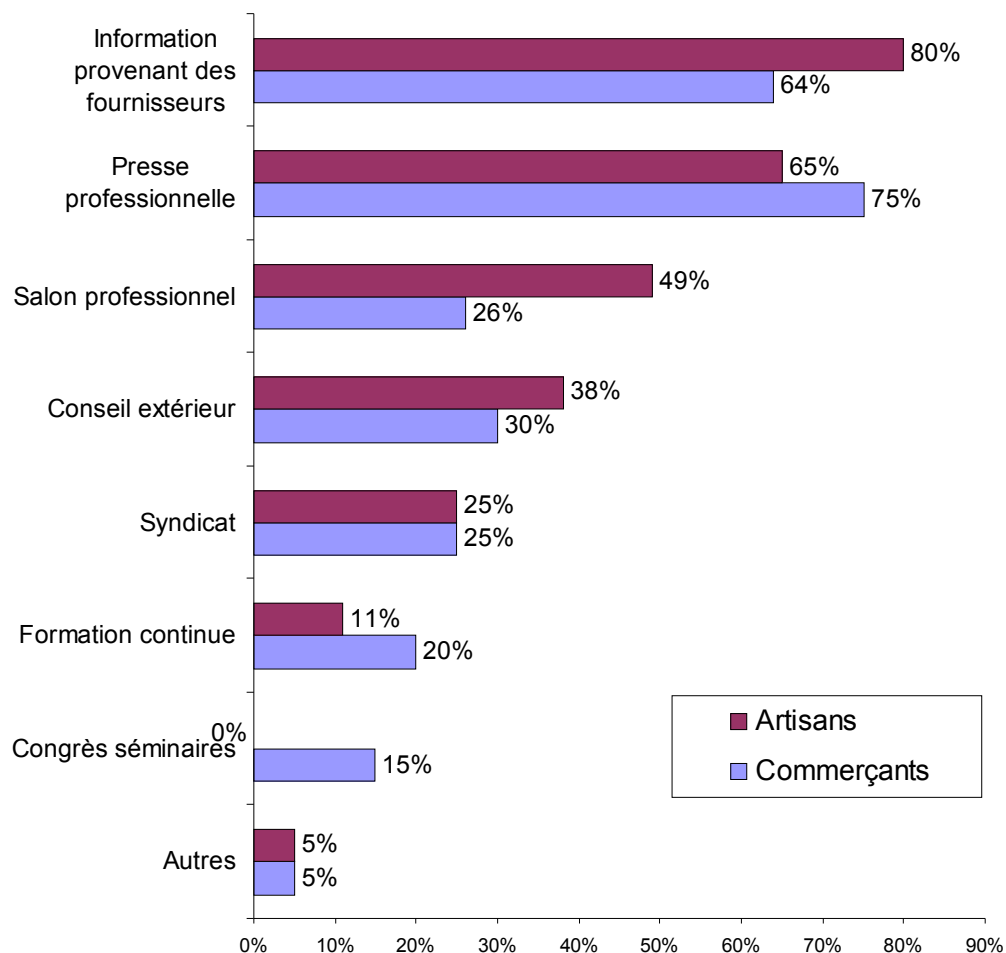
- **Des conseils spécifiques à chaque profession**

Les conseils attendus sont liés aux projets et sont donc spécifiques à chaque profession :

- **L'informatique** notamment pour les commerces alimentaires (43%) et non alimentaires (33%)
- **Le développement de l'entreprise** pour les commerces non alimentaires (30%) et alimentaires (24%), les CHR (33%) et les artisans de production (32%)
- **La transmission de l'entreprise** pour le secteur de l'alimentaire (19%).
- **La communication et la promotion** pour les commerçants en non-alimentaire (19%) et les CHR (25%).
- **La commercialisation** notamment pour les garages (24%).
- **Les études de marché et marketing** pour les artisans de production (18%) et les CHR (33%).
- **La mise au point de nouveaux produits ou de nouveaux process** pour les artisans du bâtiment (31%).
- **L'agencement intérieur** pour les commerces (19%).

E. L'INFORMATION

Quels moyens utilisez-vous pour vous informer sur l'évolution de votre métier ?



- **Les fournisseurs et la presse professionnelle : moyens privilégiés**

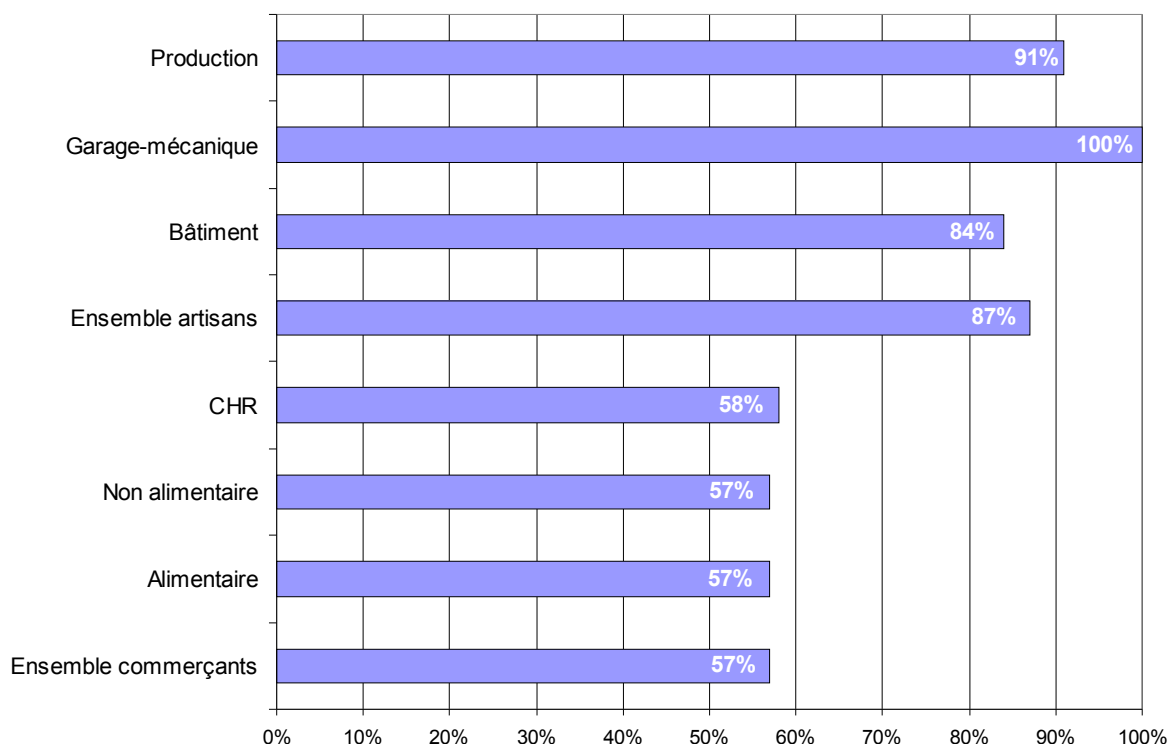
Près des trois quarts des professionnels s'informent sur leur métier grâce à leurs fournisseurs et à la presse professionnelle (respectivement 74% et 70%).

Alors que près de la moitié des artisans apprécie aussi les salons professionnels, l'attrait des commerçants pour d'autres sources d'information est moins marqué.

F. L'INFORMATIQUE ET INTERNET

1. TAUX D'INFORMATISATION

*Etes-vous informatisé ?
Part des réponses positives*



- **Taux d'informatisation : 76%**

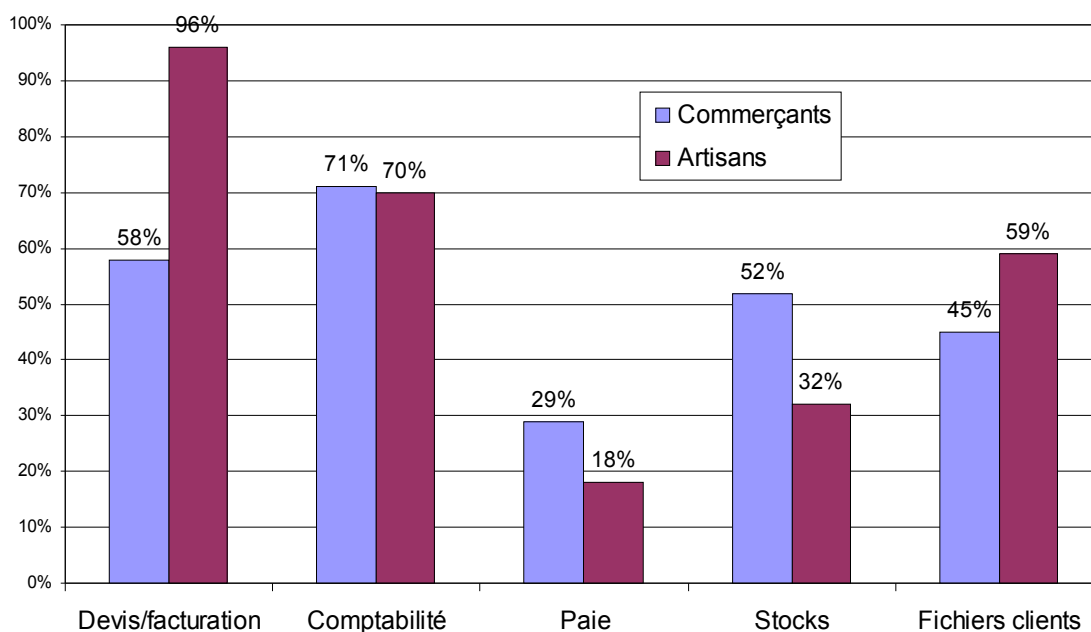
Le taux d'informatisation cache des disparités entre les professions. Les artisans (87%) sont particulièrement bien équipés comme sur la plupart des Pays. Ce sont les garages mécanique (100%) et les artisans de production (91%) qui enregistrent les meilleurs taux d'équipement.

Les commerçants (57%) et les CHR (58%) enregistrent des taux d'équipement nettement inférieurs.

L'équipement n'est pas globalement homogène sur l'ensemble du territoire, avec un taux de seulement 61% pour la CDC du Pays de la Marche.

2. USAGE DE L'INFORMATIQUE

*Quels usages en avez-vous ?
(parmi les professionnels informatisés)*



- **L'informatique : un outil bien exploité**

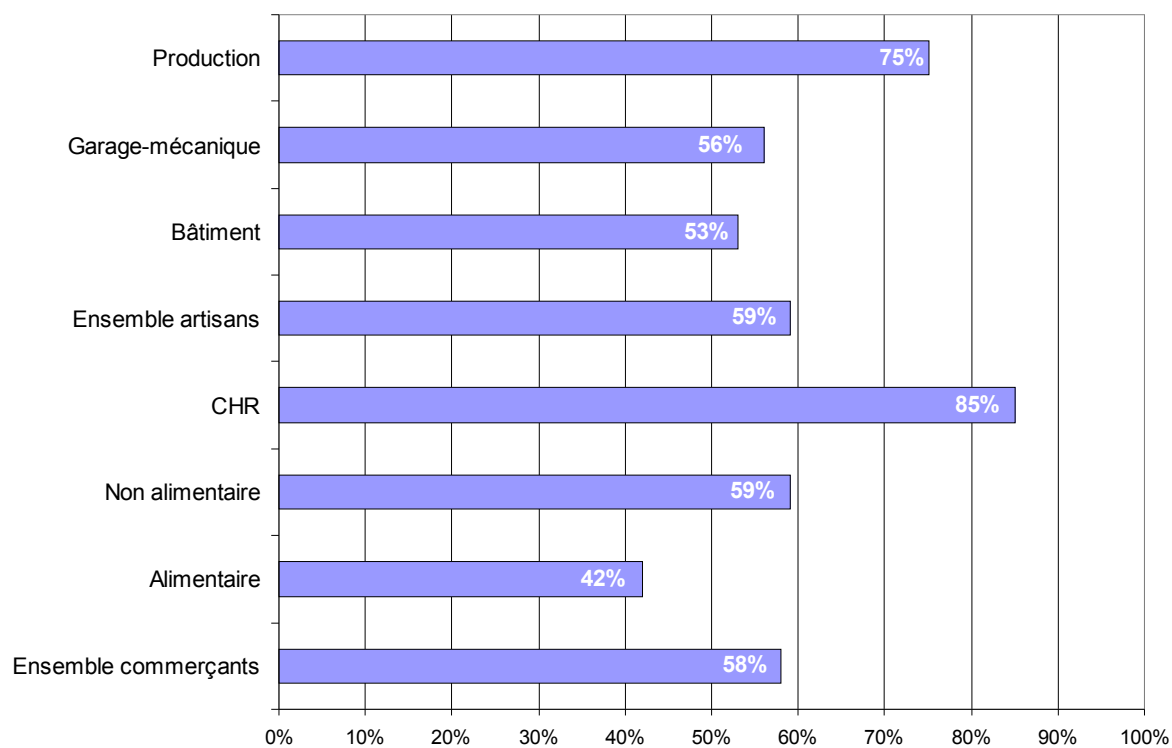
L'outil informatique est exploité par une majorité des professionnels pour plusieurs tâches. Il reste un moyen indispensable pour les artisans afin de réaliser leur devis (96%).

Les CHR et les commerçants sont également nombreux (plus de 71%) à utiliser leur ordinateur pour leur comptabilité. L'exploitation du fichier client se développe notamment auprès des artisans (59%). Ils sont 80% dans les garages.

Même la gestion des stocks, souvent peu généralisée, est gérée informatiquement par 52% des commerçants informatisés et jusqu'à 73% en non-alimentaire.

3. INTERNET

*Etes-vous connecté à Internet ?
(parmi les professionnels informatisés)
Part des réponses positives*



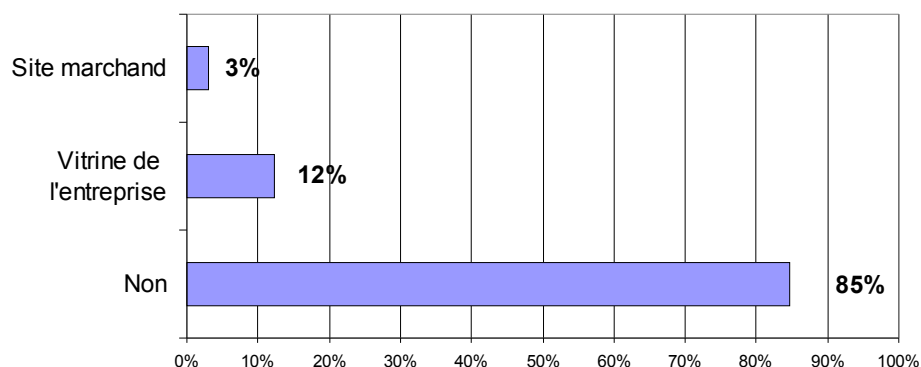
▪ Une proportion mitigée de connectés

Avec un taux d'utilisation d'Internet de **58%** auprès des professionnels informatisés (soit seulement **44%** auprès de l'ensemble des commerçants artisans), le Pays d'Ouche obtient un score mitigé soulignant un soutien nécessaire d'appropriation des TIC.

Les plus forts taux de connexion à Internet s'observent dans le secteur des CHR (85%) et de la production (75%). L'alimentaire (42%) et le bâtiment (53%), apparaissent plus en retard dans ce domaine.

La CDC du Pays de la Marche apparaît comme plus en retard concernant l'accès à Internet des professionnels (31%).

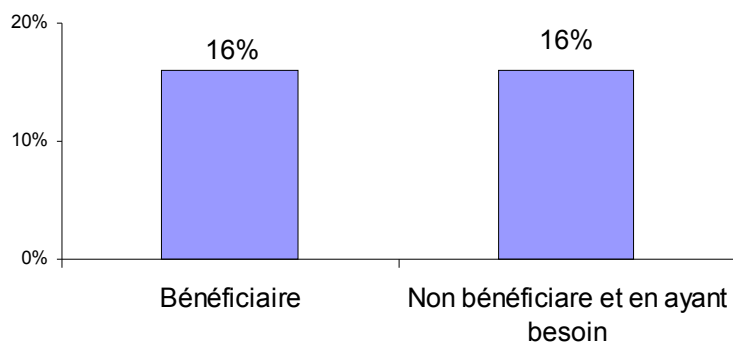
Avez-vous un site Internet ?
(Pour les commerçants)



- **Site Internet : un outil encore à développer**

15% des commerçants du Pays d'Ouche disposent d'un site Internet. Pour l'essentiel, il ne s'agit encore que d'une vitrine de leur entreprise.

Bénéficiez-vous de l'Internet Haut Débit ?
(Pour les artisans)



- **Un artisan sur six en attente du Haut Débit**

Si 16% des artisans du Pays d'Ouche bénéficient du haut débit, on dénombre un artisan sur six qui en a besoin.

VII. LES DEMANDES VIS-A-VIS DE LA COLLECTIVITE

Quelles sont vos demandes vis-à-vis de la collectivité
(commune, CDC, département, ...) ?

A. LES COMMERCANTS

Sur 65 enquêtés

En matière d'équipement : 22 répondants

- Développer le réseau de téléphonie mobile : **10 citations**
- développer l'ADSL : 6 citations
- voirie : 7 citations
rue piétonne, sens unique, poids lourds, signalisation, parking
- autres : 2 citations
« revoir le réseau d'eau potable », « un complexe sportif »

En matière de conseil : 7 répondants

- juridique et administratif : 3 citations
« conseil à l'élaboration de dossier administratif », « lois nouvelles »
- financier : 2 citations
« nous faire connaître les avantages financiers »,
- subvention : 1 citation
« un seul intervenant capable de renseigner sur les différentes subventions possibles et le montage de dossiers »
- marketing : 1 citation
« étude de marché, marketing, développement des activités »
- informatique : 1 citation
« mettre les stocks sur informatique »

En matière de formation : 8 répondants

- informatique : 5 citations
informatique, internet

- autres (1 seule citation) : 6 citations
 « manque de formation pour les jeunes », « plus de formation »,
 « proposition de formations basiques pour le personnel », « gestion et
 comptabilité », « communication et publicité », « formation
 permanente »

En matière d'emploi : 5 répondants

- apprentissage : 3 citations
 « problème concernant l'apprentissage », « stage du collègue
 pour les 3^{ème} en vue de l'apprentissage »
- autres (1 seule citation) : 2 citations
 « pouvoir faire appel à des employés ponctuels (week-end,
 période estivale) », « apporter des emplois sur la commune »

Autres demandes : 4 répondants

- « Reconnaissance des U.C.A. par les élus et soutien politique et
 financier au développement économique et commercial du Pays
 d'Ouche »
- « Que les communes aident leur commerce local, en améliorant les
 locaux, et que nos conseillers participent à faire vivre le commerce
 local »,
- « De la publicité à des prix raisonnables »,
- « Un investissement dans le recrutement de médecins ruraux ».

B. LES ARTISANS

Sur 112 enquêtés

En matière d'équipement : 41 répondants

- développer le réseau de téléphonie mobile : **19 citations**
- développer l'ADSL : **16 citations**
- voirie : 9 citations
améliorer les routes, manque de signalétique
- déchets : 2 citations
*« problème des déchets industriels »,
« problème de l'enfouissement des déchets »*
- autres (1 seule citation) : 1 citation
« entretien de l'éclairage public »

En matière de conseil : 3 répondants

- *« conseil juridique (exemple : beaucoup de publicités mensongères à l'heure actuelle) »,*
- *« pour le tri des déchets »,*
- *« un médiateur pour savoir si on peut avoir des subventions »*

En matière de formation : 4 répondants

- *« des formations éventuellement au plus proche et plus variées »,*
- *« des formations plus près de chez soi »,*
- *« aides à la formation »,*
- *« manque dans la profession ».*

En matière d'emploi : 6 répondants

- *« faciliter les démarches pour recruter »,*
- *« besoin de former des jeunes aux métiers manuels »,*
- *« démarche de proposition pour les candidats diplômés (BTS, BAC PRO) »*
- *« faire venir des grosses entreprises pour donner de l'emploi »*
- *« je ne trouve personne à embaucher »*
- *« améliorer le cadre de vie pour qu'il soit attrayant pour du personnel venant d'autres régions ou pour éviter le départ de compétences vers d'autres régions ».*

Autres demandes : 4 répondants

- « mise à disposition de logement temporaire pour des nouveaux salariés dans la commune »
- « faire connaître mon entreprise »,
- « faire travailler les petites entreprises de la commune et non des grosses entreprises situées à 80 ou 100km de chez nous »,
- « éviter le travail clandestin ».

SYNTHÈSE

1. Situation par Communauté de communes

▪ CDC du Pays de l'Aigle : un attentisme

- 40% ont un CA en croissance et seulement 18% en baisse
- Une faible dépendance à la clientèle locale : 30% des commerçants réalisent près de la moitié de leur CA avec les habitants de leur commune d'implantation.
- Des attentes fortes en matière de signalétique (61%) et de circulation (52% des commerçants et CHR souhaitent que la circulation routière soit sécurisée et 48% que le plan de circulation soit améliorée).
- La proportion la plus forte d'entreprises disposant d'un CA de plus de 450 000 € (23%) mais avec 31% d'entreprises faisant moins de 75 000 € de CA.
- 37% des entreprises à transmettre dans moins de 5 ans.
- Un manque de volonté de renforcer la dynamique collective en zone rurale (seulement 16% des commerçants qui n'ont pas d'U.C. sont prêts à adhérer à une structure intercommunale).

▪ CDC du canton de la Ferté-Frênel : des affaires modestes

- 40% ont un CA en stagnation et 22% en baisse. Aucune création en 2003.
- 35% de CA inférieurs à 75 000 € (proportion la plus forte).
- Les plus nombreux à avoir réalisé des investissements ces trois dernières années (83%) mais très peu de rénovation récente des commerces et CHR.
- Une demande forte en aménagement urbain (53% créer des parkings de proximité et 41% aménager la ou les rues commerçantes).
- Une faible dépendance à la clientèle locale : 35% des commerçants réalisent près de la moitié de leur CA avec les habitants de leur commune d'implantation.
- 37% des entreprises à transmettre dans moins de 5 ans.

- **CDC du Pays de la Marche : un tissu renouvelé**
 - Des activités sensiblement mieux renouvelées avec des commerçants installés plus récemment.
 - 44% ont un CA en croissance et 20% en 1^{er} exercice.
 - La part la plus importante de petites entreprises (40% avec un CA inférieur à 75 000€).
 - Plus en retard concernant l'utilisation d'Internet.
 - Une attente en signalétique (71%) et parkings de proximité (50%).

- **CDC de la Vallée de la Risle**
 - 38% ont un CA en croissance mais 23% en baisse (taux le plus élevé sur le Pays).

2. Situation des commerçants

- **Alimentaire : le problème de la transmission d'entreprises**
 - 68% des commerces alimentaires sont à transmettre dans les 5 prochaines années.
 - 45% ont un CA en croissance.
 - 29% souhaitent recruter mais 43% ont des difficultés à trouver du personnel compétent.
 - Un quart des commerces restent à mettre aux normes.

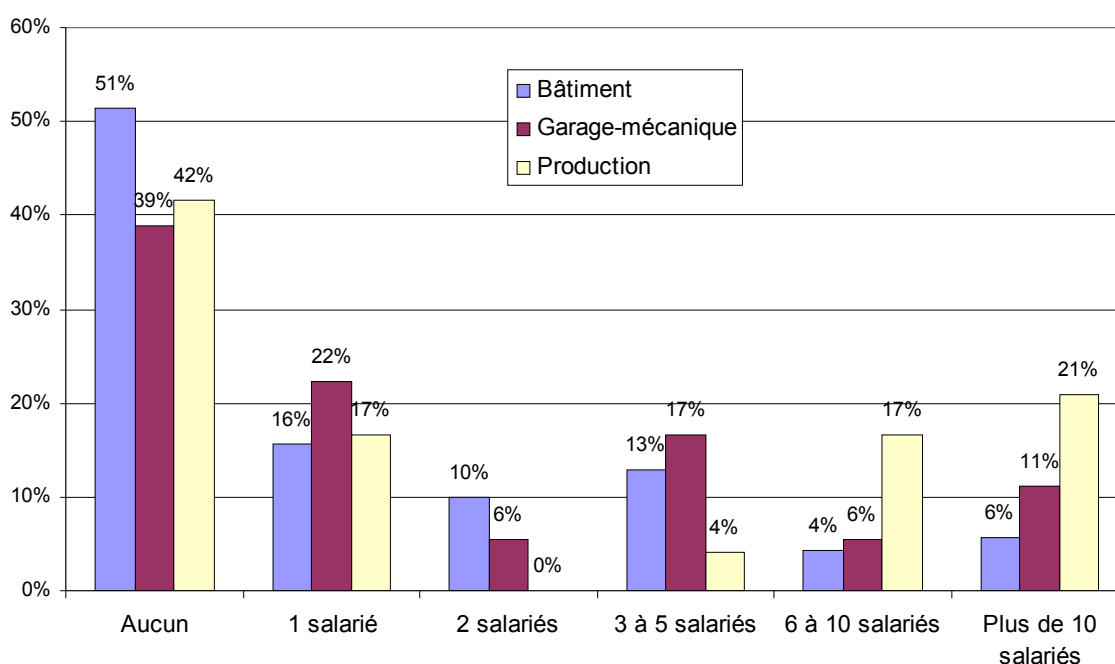
- **Non alimentaire : de petites structures plutôt dynamiques**
 - L'âge moyen des entrepreneurs le plus jeune : 41,5 ans.
 - 45% ont un CA en croissance.
 - 35% souhaitent recruter du personnel.
 - La part la plus importante de petites entreprises : 48% ont un CA inférieur à 75 000 €.

- **Les CHR : un renouvellement régulier**
 - Le secteur le mieux renouvelé : la plus faible ancienneté : 9,8 ans.
 - 27% ont un CA en régression et 18% en 1^{er} exercice.
 - 25% souhaitent recruter.
 - 80% ont renouvelé leur décoration intérieure depuis moins de 3 ans.
 - 37% souhaitent transmettre leur entreprise dans moins de 5 ans.

VIII. LE VOLET ARTISANAT DU BÂTIMENT, MÉCANIQUE ET PRODUCTION

A. L'EMPLOI

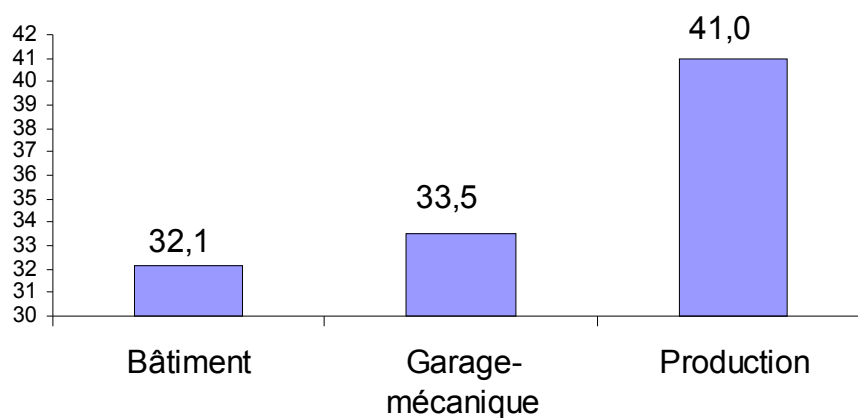
Combien avez-vous de salariés ?



- **La moitié des artisans ont des salariés**

Même si 47% des artisans du Pays d'Ouche travaillent seuls, près d'un tiers des entreprises artisanales (29%) emploient plus de 3 salariés. Ce sont les secteurs garage-mécanique et production qui emploient le plus de personnel. Ainsi 42% des artisans de production disposent de plus de 6 salariés.

Quelle est la moyenne d'âge de vos salariés ?



▪ **Moyenne d'âges des artisans salariés : 34 ans**

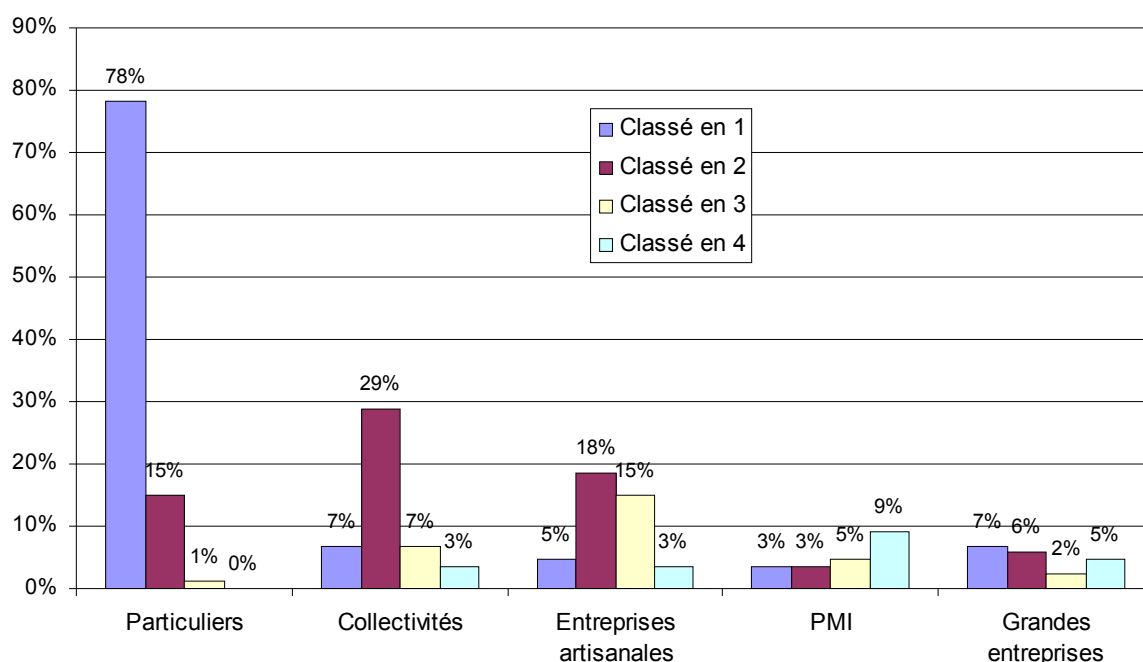
Cette moyenne d'âges cache des disparités au sein des secteurs de l'artisanat. Si celles du bâtiment et des garages-mécaniques sont assez proches (32,1 à 33,5 ans), celle de l'artisanat de production est près de huit ans plus élevée (41,0 ans).

B. CARACTÉRISTIQUES DE LA CLIENTÈLE

1. TYPE DE CLIENTELE

Quels sont vos principaux clients (classés par ordre d'importance) ?

Artisans du bâtiment et garage-mécanique

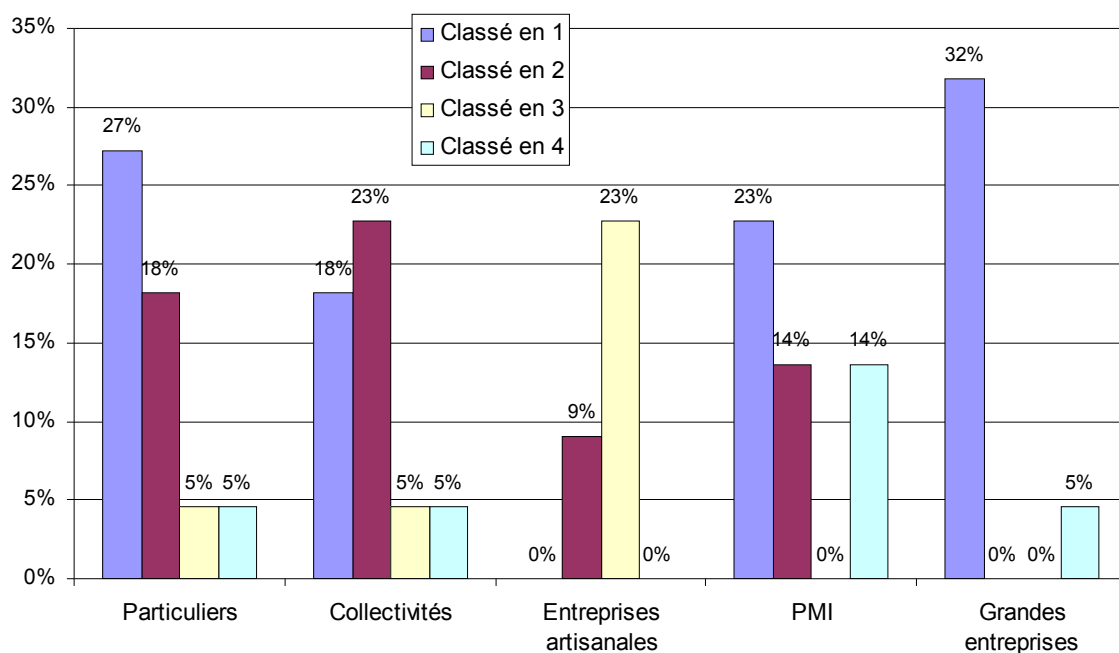


Mode de lecture : Les particuliers représentent pour 78% des artisans la principale source d'activité

- **Des artisans du bâtiment et garage-mécanique dépendant de la clientèle des particuliers**

L'artisanat du Pays d'Ouche est particulièrement orienté vers la clientèle des particuliers. Ce fort niveau de spécialisation (notamment dans le secteur de l'artisanat du bâtiment) peut s'avérer dangereux à l'avenir. Un recul de la demande des ménages peut générer des conséquences immédiates sur ce secteur d'activité. Si ce constat est habituel, il convient néanmoins de favoriser la diversification de cette clientèle à travers un appui pour la réponse aux marchés publics (les collectivités sont déjà leurs seconds clients, mais loin derrière les particuliers) et le tissage de liens nouveaux avec les entreprises.

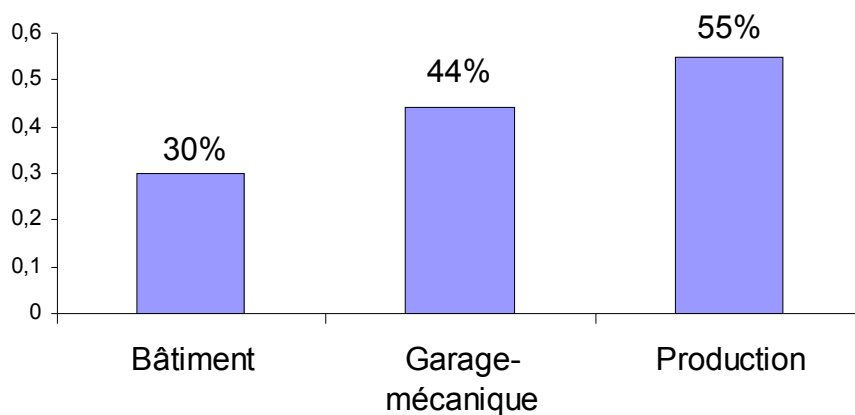
Artisans de production



- **Une clientèle plus diversifiée pour les artisans de production**

Les artisans de production bénéficient logiquement d'une clientèle plus diversifiée avec les particuliers qui cette fois ne sont qu'en seconde place, derrière les grandes entreprises. Les artisans réalisent ici énormément de sous-traitance, caractéristique propre au Pays d'Ouche.

Souhaitez-vous davantage vous développer auprès de la clientèle professionnelle ?



▪ **Une volonté de diversification pour les artisans de production**

Si plus d'un artisan de production sur deux souhaite véritablement se diversifier vers la clientèle professionnelle, ils sont proportionnellement deux fois moins nombreux dans le bâtiment.

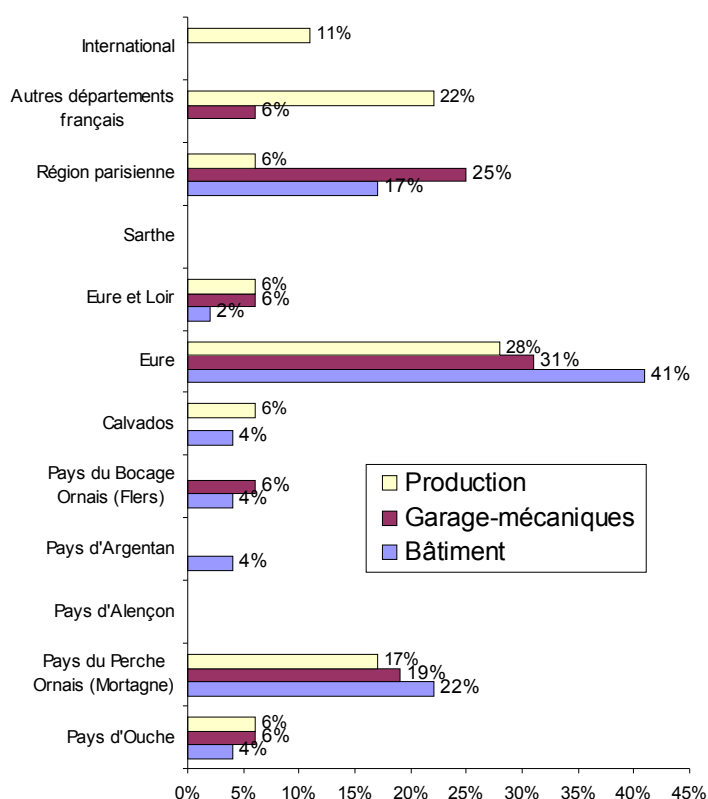
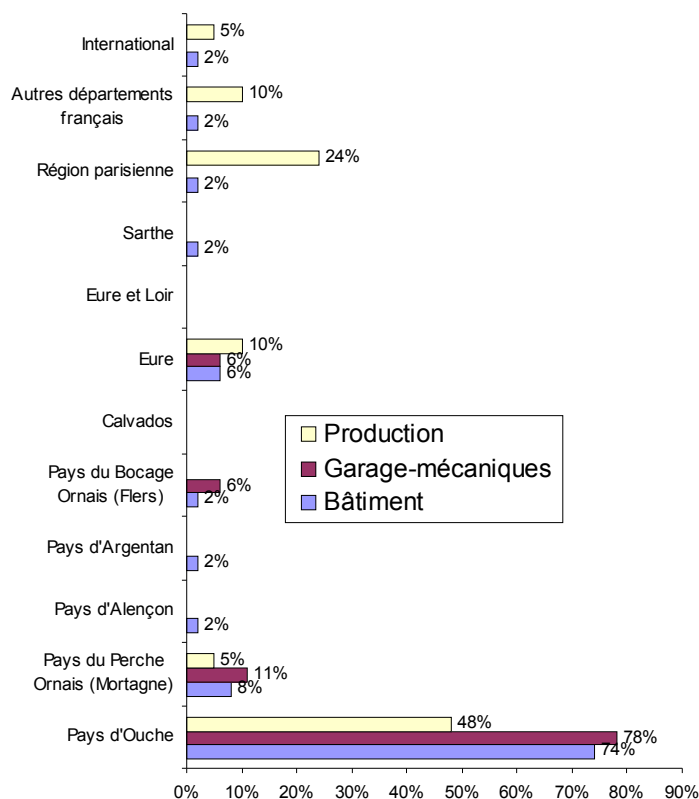
Notons néanmoins que 44% des garages mécaniques sont ouverts à cette perspective.

2. SITUATION GEOGRAPHIQUE

Où se situe principalement votre clientèle ?

classé en 1

classé en 2



- **Une clientèle qui s'étend assez peu aux Pays limitrophes**

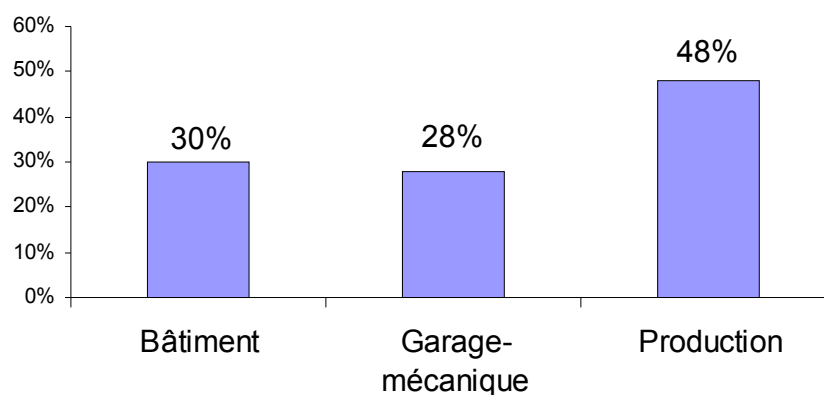
Les interventions des artisans du bâtiment et garage-mécanique s'écartent peu de leur lieu d'implantation : environ 25% situent leur clientèle principale (classée en 1) en dehors du Pays d'Ouche. Ce résultat montre ainsi que la concurrence inter-pays est assez faible et que les professionnels présents sur chaque pays se satisfont de la demande de ce Pays. La clientèle secondaire (classée en 2) est principalement située sur le département de l'Eure, le Pays du Perche et la Région parisienne.

- **Des interventions plus élargies pour les artisans de production**

Seuls les artisans de production élargissent leurs territoires d'intervention puisque 24% classent en premier la Région parisienne.

3. SOUS TRAITANCE

Avez-vous une activité de sous-traitance ?



- **Le tiers des artisans ont une activité de sous-traitance**

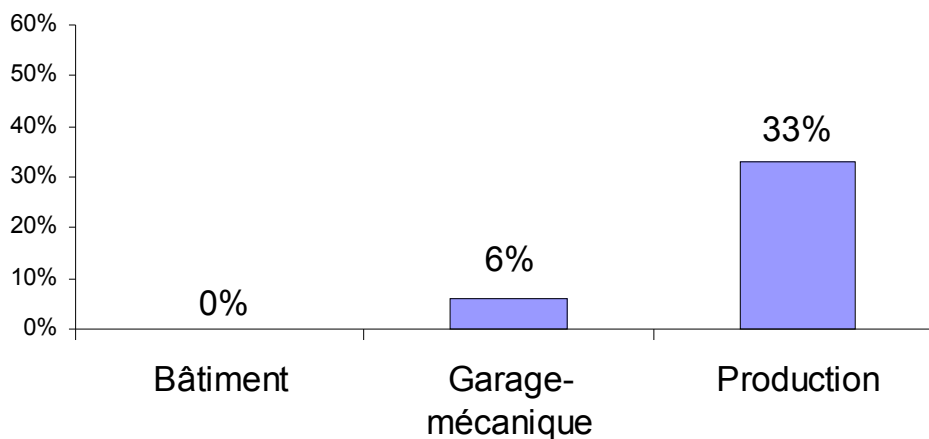
Même si la sous-traitance concerne une minorité d'entreprises (34%), elle touche une part significative des artisans de production (48%) et de façon plus marquée que sur d'autres territoires étudiés.

- **Une activité limitée**

Cette activité de sous-traitance représente en moyenne **32% du chiffre d'affaires des artisans**. Cette moyenne cache de fortes disparités puisque 50% des artisans interrogés sont dépendants à moins de 20% de la sous-traitance.

C. L'EXPORTATION

Souhaitez-vous à l'avenir développer votre activité à l'export ?



- **Un créneau qui intéresse que des artisans de production**

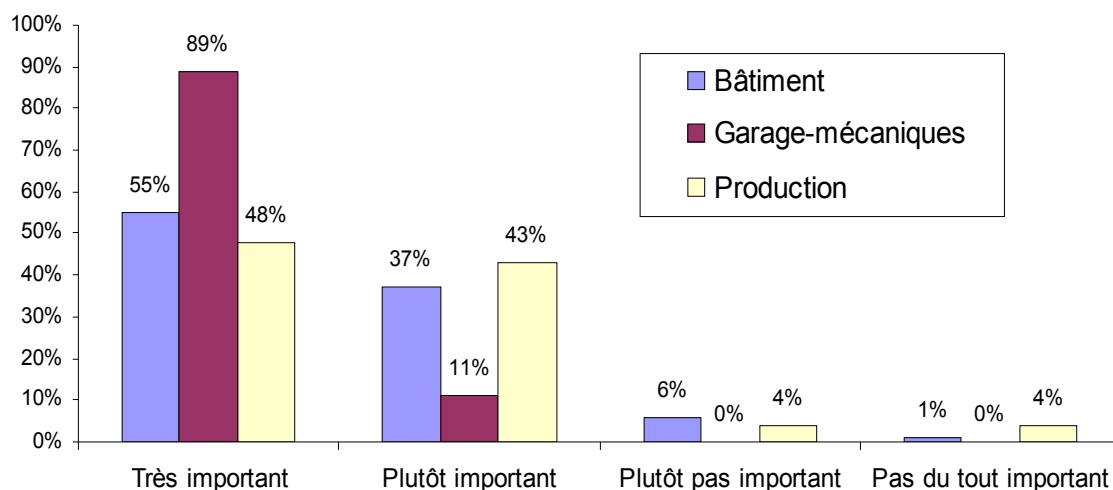
Alors qu'actuellement, moins de 10% des artisans de production travaillent à l'international, le tiers souhaite se développer sur ce créneau. Cette proportion est tout à fait intéressante par rapport aux autres Pays (dont le Perche Ornaï avec 26%). Il s'agira d'accompagner ces entreprises.

- **Freins et obstacles au développement à l'international**

Les entreprises artisanales intéressées par le développement à l'international cite comme principaux freins « *la concurrence* », « *la langue (dont le problème de traduction des brochures)* », « *le manque de personnel formé* », « *la méconnaissance des décideurs* » et « *le surcoût de transport* ».

D. LA DÉMARCHE QUALITÉ

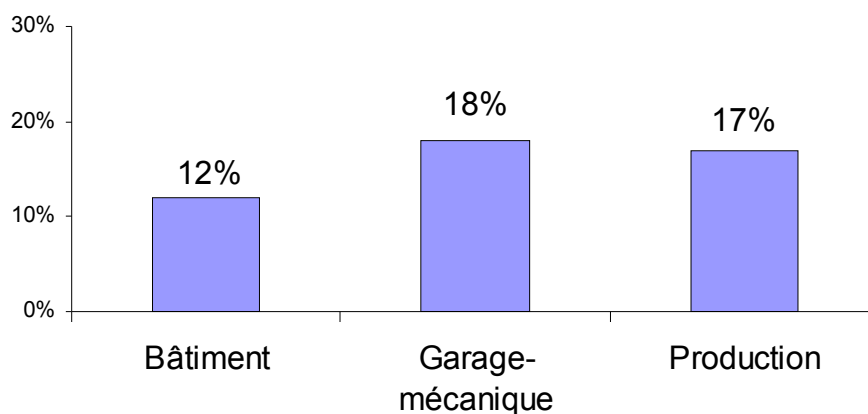
Quel degré d'importance accordez-vous à la démarche qualité dans votre entreprise ?



- **Une préoccupation plus marquée pour les garages...**

Seulement 59% des artisans interrogés accordent une très grande importance à la démarche qualité ce qui est inférieur à de nombreux autres Pays (68% dans le Pays du Perche Ornaïs). Seul le secteur garage-mécanique apparaît nettement plus concerné par cette démarche (89%).

Votre entreprise bénéficie-t-elle d'une procédure de qualité formalisée ?
Part des réponses positives

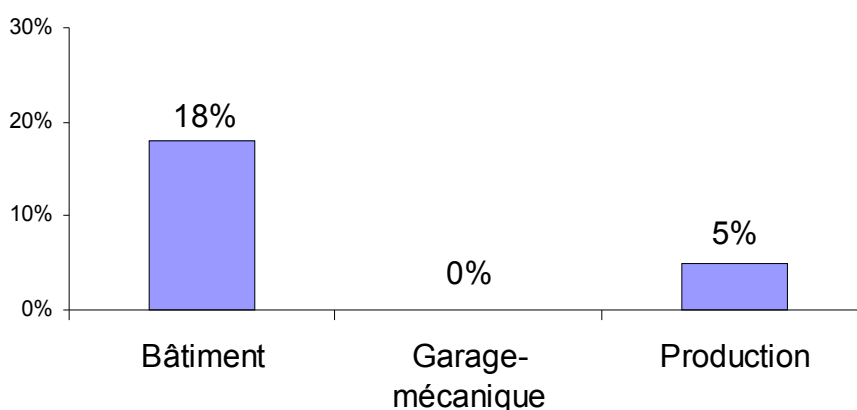


- **Des pratiques qui restent encore limitées**

Globalement les artisans disposent rarement de démarche qualité (14% en moyenne). Si le secteur garage-mécanique se distingue par un taux supérieur (18%), il n'est pas très éloigné des deux autres secteurs.

Les principales procédures de qualité formalisées citées par les professionnels sont ISO 9001 et 9002 (garage-mécanique et production) ainsi que QUALIBAT et QUALICERT (bâtiment).

*Souhaitez-vous à moyen terme développer une telle procédure ?
Part des réponses positives*



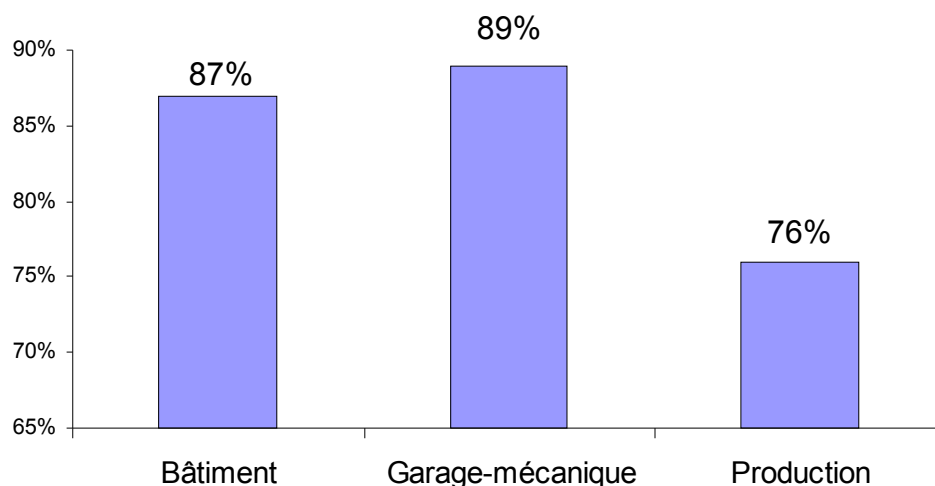
- **Un manque d'intérêt**

Malgré une préoccupation forte des artisans garage-mécanique pour les démarches qualité, aucun souhaite développer pour autant une procédure.

Les artisans du bâtiment sont sur ce point un peu plus cohérents. Il n'en reste pas moins qu'un travail important est à réaliser pour que la pratique se développe.

E. L'ENVIRONNEMENT

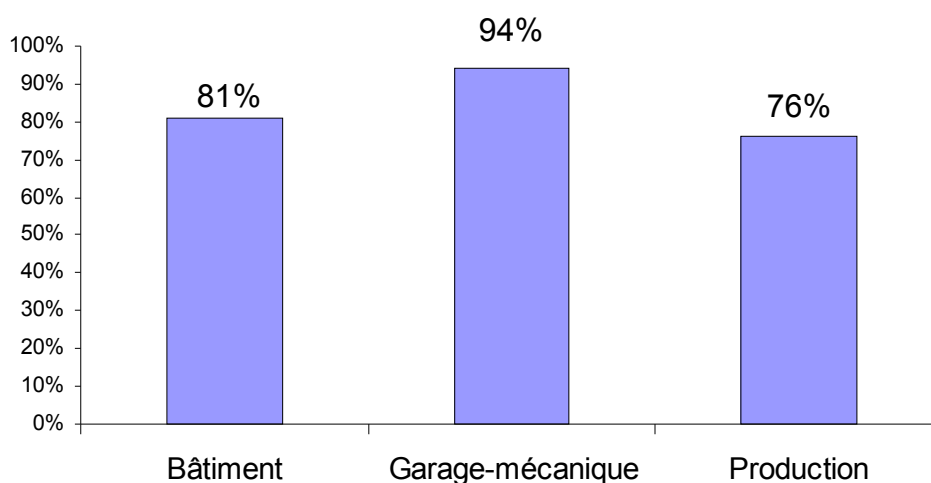
Dans le cadre de la gestion des déchets, connaissez-vous les obligations auxquelles vous êtes soumis ?
Part des réponses positives



- **Des obligations connues...**

85% des artisans du Pays d'Ouche déclarent être informés des obligations légales concernant la gestion de leurs déchets. Les artisans de production se sentent moins concernés par cette problématique.

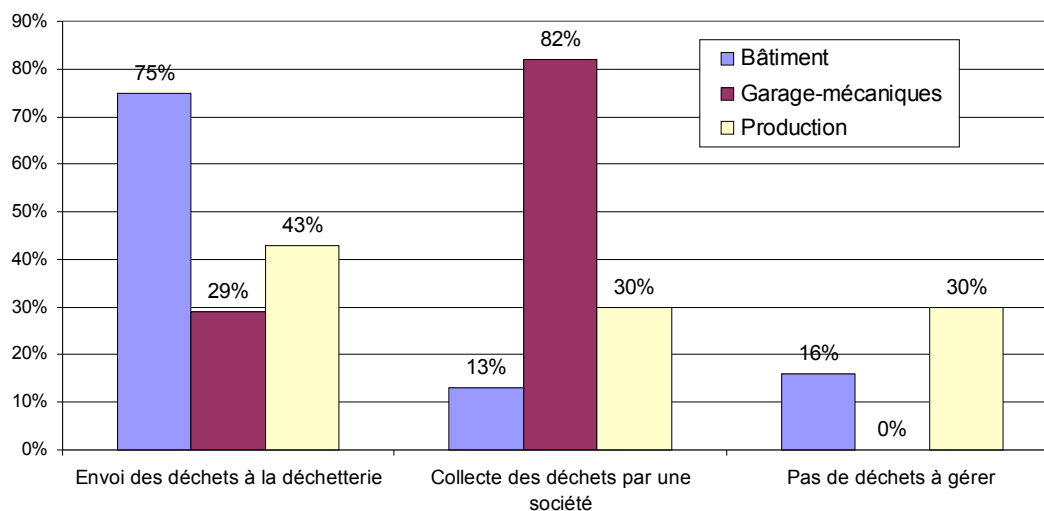
Pratiquez-vous, au sein de votre entreprise, le tri sélectif des déchets ?
Part des réponses positives



- **...et respectées**

Le tri sélectif des déchets est généralisé dans 82% des entreprises artisanales du Pays d'Ouche. Les artisans de production sont les moins sensibles à cette pratique (76%).

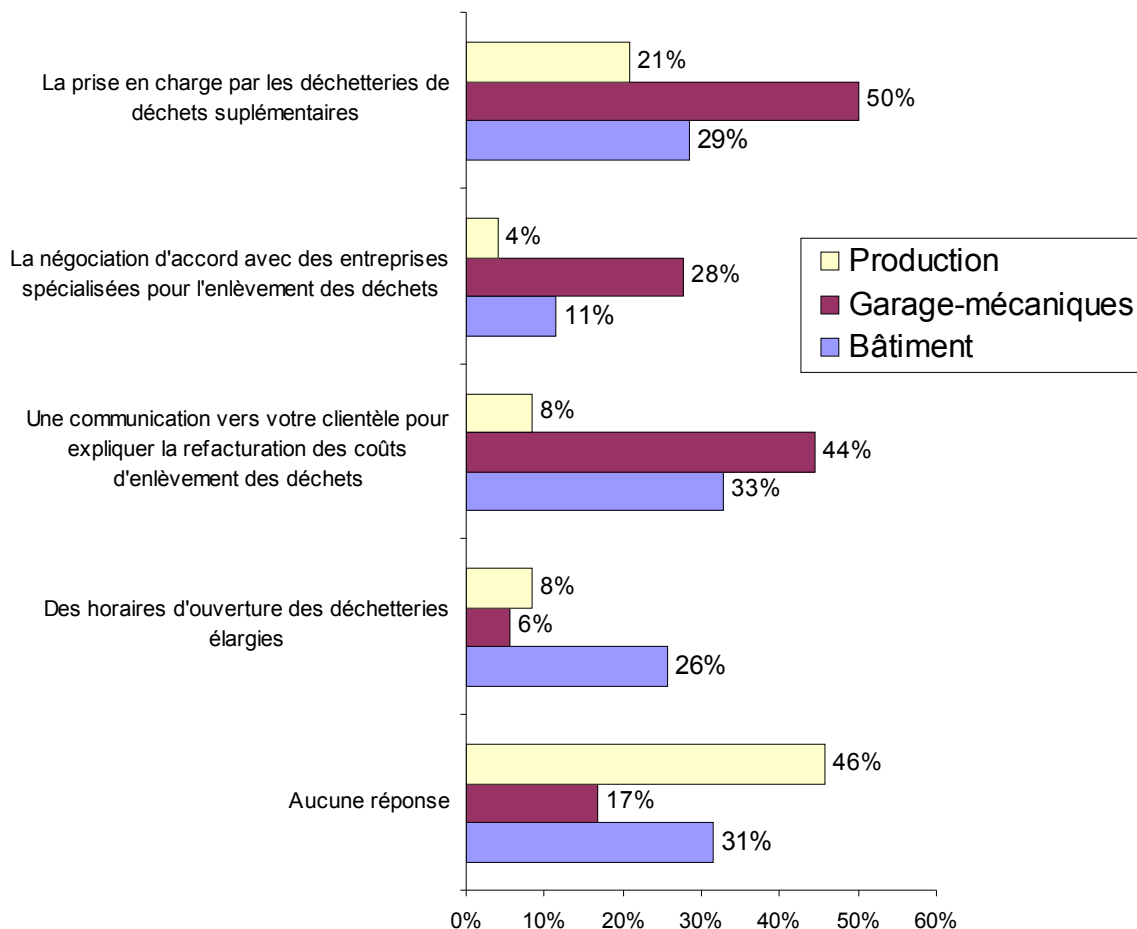
Quelles sont actuellement les solutions mises en place dans l'entreprise pour l'élimination de ces déchets ?



- **Une approche spécifique suivant les professions**

Si les artisans du bâtiment (75%) et de production (43%) préconisent l'envoi des déchets en déchetterie, le secteur garage-mécanique utilise principalement les services d'une entreprise de collecte (82%).

Quelles solutions souhaiteriez-vous pour améliorer la gestion de ces déchets ?



▪ Des attentes importantes.

Deux améliorations sont particulièrement attendues par les artisans pour améliorer la gestion des déchets :

- Pour le secteur du **bâtiment** : 33% préconisent de renforcer la communication auprès de la clientèle pour expliquer le coût de gestion des déchets, les professionnels soutenant aussi dans des proportions légèrement plus faibles les autres idées.
- Pour le secteur **garages-mécanique** : la moitié souhaiterait la prise en charge par les déchetteries de déchets supplémentaires, et 44% préconisent de renforcer la communication auprès de la clientèle pour expliquer le coût de gestion des déchets.
- Pour le secteur de la **production** : beaucoup moins nombreux à se prononcer (seulement 54%), ils mettent surtout en avant la prise en charge par les déchetteries de déchets supplémentaires (21%).

SYNTHÈSE ARTISANS

▪ Artisanat du bâtiment

- 38% des artisans du bâtiment ont une activité en croissance.
- 35% des entreprises sont à transmettre dans les 5 prochaines années.
- 68% travaillent et habitent sur le même lieu et 64% indifférents aux Z.A.
- Très faible renouvellement avec une ancienneté de 13,4 ans.
- 60% ont des difficultés à recruter.
- Clientèle aux trois quarts de particuliers.

▪ Garage-mécanique

- 33% des artisans garage-mécanique ont une activité en régression.
- 35% des entreprises sont à transmettre dans les 5 prochaines années.
- 44% n'ont pas investi ces 3 dernières années
- Très faible renouvellement avec une ancienneté de 13,4 ans.
- 60% ont des difficultés à recruter.
- Clientèle aux trois quarts de particuliers.

▪ Production

- L'âge moyen de l'entrepreneur le plus élevé (47,2 ans)
- Une part plus importante d'entreprises avec un CA. plus élevé (32% plus de 450 000 €).
- 52% ont un CA stable.
- 48% ont une activité de sous-traitance.
- 40% souhaitent recruter dans les 5 prochaines années.
- 38% des entreprises à transmettre dans les 5 prochaines années.
- 83% ont des projets d'investissement.
- 26% en Z.A. et 37% réfléchissant à l'installation en Z.A.
- Des demandes en conseil

SYNTHESE

L'enjeu de la synthèse est de distinguer les principales tendances du tissu commercial et artisanal. L'identification de ces tendances est destinée à faire émerger les thématiques d'action pour le tissu commercial et artisanal.

I. L'ÉTAT DU TISSU COMMERCIAL ET ARTISANAL

A. LES TENDANCES CLÉS

- **Un niveau d'activité globalement positif**

Globalement, les chiffres d'affaires des entreprises commerciales et artisanales se caractérisent par une tendance plutôt à la croissance mais avec des secteurs dans des situations plus problématiques (CHR et garage-mécanique).

- **Un faible renouvellement de l'offre et un taux élevé de transmissions à venir**

Avec une ancienneté des entreprises plutôt élevée (12,3 ans), particulièrement dans l'artisanat, un taux réduit de création sur les trois dernières années hormis sur des activités du type CHR, l'accompagnement et la stimulation de la création d'entreprises commerciales et artisanales devra vraisemblablement faire partie des objectifs stratégiques du programme, ainsi que le soutien à la transmission.

- **Une dynamique d'emploi**

Avec 28% d'entreprises en recherche de collaborateurs, la dynamique d'emploi générée par le commerce et l'artisanat est réelle. Certains secteurs se distinguent par des probabilités d'emploi plus fortes : le secteur du non alimentaire et l'artisanat de production (respectivement 35% et 40% des entreprises en recherche). Néanmoins, du projet à l'embauche effective, le fossé est encore particulièrement important compte tenu des difficultés récurrentes à recruter.

▪ **Un accès aux NTIC mitigé**

44% des entreprises commerciales et artisanales sont connectées à Internet sur le Pays d'Ouche. Si ce taux paraît cohérent par rapport à d'autres Pays, il souligne un certain manque d'utilisation des TIC pour accroître le niveau de performance des entreprises. Un accès en haut débit plus large (demandes récurrentes sur le Pays avec la téléphonie mobile), une meilleure connaissance des applications possibles constituent des leviers pour une meilleure appropriation du numérique. Les chefs d'entreprise en sont conscients et à ce titre l'informatique se place au premier rang des besoins d'accompagnement des commerçants.

Quatre thématiques à approfondir :

- Le soutien à la création d'entreprises
- La problématique transmission
- Le soutien aux démarches de recrutement et d'emploi
- Le soutien au développement des NTIC

B. LES TENDANCES ARTISANALES

▪ **Les potentialités de l'artisanat de production**

L'artisanat de production est un secteur fortement structurant et créateur d'emploi pour le Pays. S'il se situe aujourd'hui dans une situation de fragilité - moyenne d'âge des entrepreneurs élevée, problématique de la transmission – il en reste pas moins que ce secteur montre des volontés de développement importantes (recrutement, ouverture vers de nouvelles clientèles,...).

▪ **La situation délicate du secteur des garages**

Avec une entreprise sur trois en baisse d'activité, une sur quatre en stabilité, les perspectives du secteur semblent mitigées. L'ancienneté importante ne fait qu'accentuer la difficulté actuelle du secteur.

▪ **Le soutien de la reprise de l'entreprise par un salarié**

Près des deux tiers des artisans sont intéressés par la transmission de leur entreprise à un salarié. Cette position doit être soutenue afin de limiter les difficultés de transmission à venir.

▪ **Une faible volonté à s'installer en zone d'activités**

Hormis ceux de production, les artisans sont peu nombreux à s'intéresser à l'implantation de leur entreprise en zone d'activités. Or, cela ne fait qu'aggraver la problématique de la transmission d'entreprises.

Des besoins d'accompagnement sur :

- Le développement du secteur de l'artisanat de production, créateur d'emplois
- La modernisation du réseau garage
- Le soutien à la reprise par un salarié
- Le soutien aux zones artisanales

C. LES TENDANCES COMMERCIALES

▪ **La fragilité du secteur alimentaire**

Avec une part très élevée d'entrepreneurs souhaitant transmettre leur commerce alimentaire dans les 5 prochaines années, des solutions doivent être proposées rapidement si le Pays ne veut pas se retrouver avec une desserte alimentaire de proximité particulièrement limitée.

▪ **La demande d'actions commerciales collectives**

La faible adhésion des commerçants à des Unions Commerciales n'empêche pas aujourd'hui une forte volonté d'adhérer à une U.C. cantonale ou intercommunale, et de développer de nouvelles actions collectives.

▪ **De petites structures en non alimentaire**

Si la conjoncture est plutôt favorable dans le secteur du non-alimentaire, les entreprises sont souvent de petites structures qui doivent être soutenues pour leur pérennité.

▪ **Des attentes fortes d'accompagnement**

Informatique, agencement, stratégie de l'entreprise, 68% des commerçants soulignent des besoins d'accompagnement individuel pour optimiser l'activité de l'entreprise.

Des réflexions et des mesures d'accompagnement pour :

- Le maintien de la desserte commerciale à la population
- Le développement d'actions collectives
- Le suivi conseil

II. LE BAROMETRE DES ACTIVITES

en difficulté

en mutation

stable

↗ en développement

SECTEUR	SITUATION	TENDANCES	LEVIERS DE DÉVELOPPEMENT
Alimentaire		<ul style="list-style-type: none"> - 68% d'entreprises à transmettre dans les 5 ans. - Une conjoncture plutôt favorable (45% sont en croissance) mais peu de création. - Des difficultés de recrutement (43%) - 25% ne sont toujours pas aux normes 	<ul style="list-style-type: none"> - Soutien à la reprise - Soutenir les investissements liés à la modernisation - Le soutien au recrutement pour les métiers de bouche
Non alimentaire	↗	<ul style="list-style-type: none"> - Non alimentaire de proximité (hygiène santé) - Une activité plutôt en croissance - Petites structures. - Des responsables plutôt jeunes (41,5 ans) - Une volonté de recrutement (35%) 	<ul style="list-style-type: none"> - Soutenir les investissements liés à la modernisation. - Conseil et aide au développement
CHR		<ul style="list-style-type: none"> - Une activité mitigée - Renouvellement important 	<ul style="list-style-type: none"> - Une image de marque à affirmer

en difficulté

en mutation

stable

↗ en développement

SECTEUR	SITUATION	TENDANCES	LEVIERS DE DÉVELOPPEMENT
Artisanat du bâtiment		<ul style="list-style-type: none"> - Une activité plutôt stable. - 27% d'entreprises à transmettre dans les 5 ans - Des difficultés dans le recrutement (60%) 	<ul style="list-style-type: none"> - Une aide à la transmission - Favoriser la séparation matrimoniale - Soutien en recrutement
Garage-Mécanique		<ul style="list-style-type: none"> - Une conjoncture mitigée (33% en régression) - 35% d'entreprises à transmettre dans les 5 ans - 44% n'ayant pas investi ces 3 dernières années. 	<ul style="list-style-type: none"> - Une aide à la transmission
Production	↗	<ul style="list-style-type: none"> - Une activité stable. - Un secteur vieillissant (moyenne 47,2 ans). - Une volonté de recrutement (40%) - Des volontés de développement auprès de la clientèle professionnelle (48% réalisant déjà de la sous-traitance) - Une volonté de se déplacer en zone d'activité (37%) 	<ul style="list-style-type: none"> - Soutien en recrutement - Conseil et appui extérieur - Favoriser l'ouverture à de nouvelles clientèles - Soutenir l'implantation en zone d'activité