

TENDANCES

L'indice d'activité des petites entreprises **entame sa remontée au premier trimestre 2021.**

L'année s'annonce sous les meilleurs auspices pour les petites entreprises du commerce, de l'artisanat et des services. Après plusieurs trimestres consécutifs de recul, l'indice d'activité des TPE sort enfin du rouge : + 2,7 % (après - 6,4 % au quatrième trimestre 2020). À l'exception de l'hôtellerie-restauration (- 43,1 %) et des professions de la santé (- 0,9 %), tous les secteurs profitent de ce regain d'activité. Au même moment, pourtant, le PIB enregistre une légère baisse par rapport au trimestre précédent : - 0,1 % (après - 1,5 %). Quant aux dépenses de consommation des ménages, elles sont quasi stables : + 0,1 % et restent toujours à un niveau nettement inférieur à celui d'avant crise (- 6,8 % par rapport au dernier trimestre 2019) selon l'INSEE.

+ 2,7 %

1^{er} trimestre 2021 /
1^{er} trimestre 2020

- 7,0 %

avril 2020 - mars 2021 /
avril 2019 - mars 2020

INDICES SECTORIELS

Secteurs d'activités	1T2021 / 1T2020	12 derniers mois
Commerces et services	+ 2,0 %	- 7,4 %
Alimentaire	+ 12,3 %	+ 5,9 %
Services	- 7,8 %	- 11,8 %
Bâtiment	+ 5,9 %	- 4,7 %
Équipement de la maison et de la personne	+ 24,5 %	- 3,8 %

La composition des échantillons statistiques n'étant pas totalement identique, des écarts peuvent apparaître entre ces indices sectoriels et les chiffres de l'indice d'activité des TPE en page 2.

Étude réalisée auprès des petites entreprises adhérentes des Centres de Gestion Agréés, membres de la FCGA.

FOCUS

L'artisanat du bâtiment remplit ses carnets de commandes

Dans le neuf comme sur le marché de l'entretien-rénovation, l'activité redémarre dans ce secteur stratégique.

C'est la bonne nouvelle de ce premier trimestre 2021 : après une interminable période de vaches maigres, l'artisanat du bâtiment retrouve enfin des couleurs ! Avec un chiffre d'affaires moyen en hausse de 5,9 %, le secteur a désormais la tête hors de l'eau. Des électriciens (+ 3,9 %) aux carreleurs (+ 10,6 %), toutes les professions qui le composent présentent un taux d'activité en nette progression.

Au-delà de cette performance sectorielle, c'est toute l'économie de proximité qui bénéficie de cette reprise sur les chantiers. Véritable locomotive des petites entreprises, l'artisanat du bâtiment joue un rôle moteur dans la dynamique de relance des TPE. Il faut toutefois nuancer la portée de cette tendance car elle intervient après une année de référence (premier trimestre 2020) fortement impactée par la pandémie de Covid-19. D'où l'extrême prudence de Jean-Christophe Repon, le président de la Confédération de l'artisanat et des petites entreprises du bâtiment (CAPEB) : « Si les indicateurs d'activité de ce début d'année sont plutôt encourageants et optimistes pour nos entreprises



artisanales du bâtiment en termes de croissance, d'intention d'embauches et trésorerie, la prudence reste tout de même de mise en raison de la crise sanitaire, mais aussi du risque d'aggravation des difficultés d'approvisionnement en matériels et matériaux pour les semaines et les mois à venir. Une situation difficile pour nos entreprises qui ont connu une importante perte de rentabilité depuis plus d'un an... ».

Selon l'organisation professionnelle des artisans du bâtiment, l'activité globale des entreprises enregistre une hausse de + 9,5 % sur les trois premiers mois de l'année (par rapport au premier trimestre 2020). Avec une forte croissance dans le neuf (+ 10 %) comme dans l'ancien (+ 9 %). Autre indicateur rassurant : les carnets de commandes atteignent 102 jours début avril (+ 35 par rapport à avril 2020).

Taux d'accroissement du chiffre d'affaires : 1^{er} trimestre 2021 / 1^{er} trimestre 2020

▼ AGRICULTURE SYLVICULTURE OSTREICULTURE		
Parcs et jardins	+ 11,8 %	↗ + 11,8 %
▼ AUTOMOBILE - MOTO		
Carrosserie automobile	- 0,2 %	↗ + 10,5 %
Auto, vente et réparation	+ 10,8 %	
Moto vente et réparation	+ 29,2 %	
▼ BAR - HÔTELLERIE - RESTAURATION		
Hôtel - restaurant	- 43,6 %	↘ - 43,1 %
Hôtellerie de plein air	- 6,0 %	
Restauration	- 50,4 %	
Café	- 33,0 %	
▼ BÂTIMENT		
Couverture	+ 9,2 %	↗ + 5,9 %
Construction de cheminées		
Maçonnerie	+ 4,0 %	
Electricité	+ 3,9 %	
Plomberie - chauffage - sanitaire	+ 6,1 %	
Plâtrerie - staff - décoration	+ 7,6 %	
Menuiserie	+ 7,3 %	
Carrelage - faïence	+ 10,6 %	
Peinture bâtiment	+ 4,3 %	
Terrassements - travaux publics	+ 4,3 %	
▼ BEAUTÉ - ESTHÉTIQUE		
Parfumerie	+ 5,8 %	↗ + 15,1 %
Coiffure	+ 15,2 %	
Esthétique	+ 15,1 %	
▼ COMMERCE DE DÉTAIL ALIMENTAIRE		
Charcuterie	+ 14,7 %	↗ + 12,3 %
Boulangerie - pâtisserie	+ 11,2 %	
Pâtisserie	+ 31,8 %	
Alimentation générale	+ 3,5 %	
Fruits et légumes	+ 11,0 %	
Boucherie - charcuterie	+ 8,6 %	
Poissonnerie - primeurs	+ 38,5 %	
Vins - spiritueux - boissons diverses	+ 14,2 %	
Crèmerie - fromagerie	+ 25,8 %	
▼ CULTURE & LOISIRS		
Librairie - papeterie - presse	+ 19,7 %	↗ + 12,5 %
Articles sport, pêche et chasse	- 0,1 %	
Tabac - journaux - jeux	+ 12,6 %	
Studio photographique	- 1,0 %	
Commerce - réparation cycles	+ 28,5 %	
Jouets et Jeux	- 0,3 %	
▼ ÉQUIPEMENT DE LA MAISON		
Electroménager - TV - HIFI	+ 21,1 %	↗ + 28,9 %
Magasins de bricolage	+ 14,4 %	
Fleuriste	+ 39,0 %	
Vaisselle - verrerie - faïence -luminaire	+ 33,6 %	
Meuble	+ 30,1 %	
Ebénisterie	+ 1,3 %	
▼ ÉQUIPEMENT DE LA PERSONNE		
Mercerie - lingerie - laine	+ 29,5 %	↗ + 18,7 %
Vêtements enfants	+ 30,0 %	
Prêt-à-porter	+ 15,9 %	
Chaussures	+ 15,6 %	
Maroquinerie et articles de voyage	- 12,4 %	
Horlogerie - bijouterie	+ 28,8 %	
▼ SANTÉ		
Pharmacie	- 1,1 %	↘ - 0,9 %
Optique - lunetterie	+ 29,8 %	
▼ SERVICES		
Laverie - pressing	- 5,8 %	↗ + 1,6 %
Entreprise de nettoyage	+ 2,3 %	
Agence immobilière	+ 3,4 %	
Pompes funèbres	+ 9,8 %	
Réparation, retouche vêtements	- 9,3 %	
Surveillance Gardiennage	- 6,3 %	
▼ TRANSPORTS		
Taxis - ambulances	- 2,2 %	↗ + 0,2 %
Transport de marchandises	+ 1,9 %	

Les flèches indiquent la tendance du taux d'activité trimestriel par rapport à la même période de l'année précédente.

↗ À LA HAUSSE LES MARCHANDS DE VÉLOS

Les petites entreprises spécialisées dans la vente et la réparation de cycles enregistrent la plus forte progression d'activité du secteur « Culture et loisirs » au premier trimestre 2021 : **+ 28,5 %**. En pleine expansion, la pratique du vélo bondit de 40 % sur la même période selon les chiffres de l'association Vélo & Territoires. Dynamisé par le succès du vélo à assistance électrique (514 672 unités vendues en 2020, soit 19 % du marché), le marché a aussi bénéficié de l'opération « Coup de pouce vélo » lancée par le gouvernement (1,9 million de réparations effectuées).

↘ À LA BAISSSE L'HÔTELLERIE-RESTAURATION

Au premier trimestre 2021, l'activité des établissements du secteur est toujours sévèrement impactée par la crise sanitaire. Avec un chiffre d'affaires moyen en chute libre (**- 43,1 %**), l'hôtellerie-restauration paye un lourd tribut à la pandémie. Les restaurants (- 50,4 %) ont interdiction d'ouvrir et se tournent vers le click and collect. Sur la même période, selon l'INSEE, 60 % des hôtels de France métropolitaine sont ouverts mais à peine un tiers des chambres offertes sont occupées. C'est l'Île-de-France qui enregistre la plus forte baisse de fréquentation hôtelière (- 81 %).

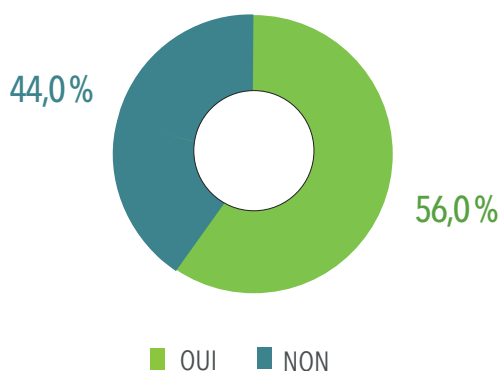


Présence sur la toile, proportion de sites marchands, recours au click & collect... L'étude de la FCGA passe en revue les pratiques numériques dans les TPE.

LA PRÉSENCE SUR INTERNET

Plus d'un dirigeant de TPE sur deux (56 %) déclare être présent sur Internet. Dans les petites entreprises, l'existence numérique est multiforme : animation d'une page professionnelle sur un réseau social, présence sur un

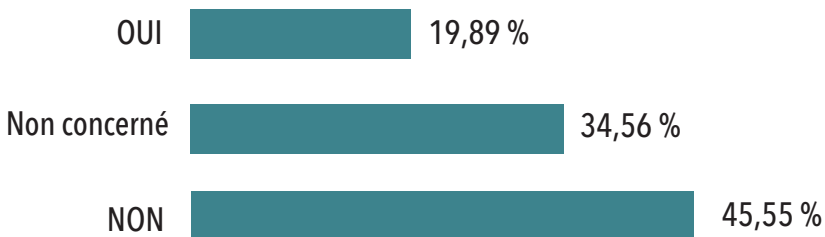
site collectif, une galerie marchande, contribution à un blog... L'équipement de la maison (69,2 %), l'équipement de la maison (69 %) et les services (67,9 %) sont les secteurs les plus présents sur le Web.



LES SITES MARCHANDS

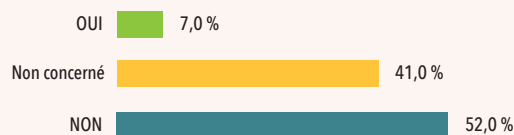
Seulement un chef de petite entreprise sur cinq (19,89 %) anime un site marchand. C'est peu au regard de la moyenne nationale (déjà faible) des TPE dotées d'un site Internet (33 % environ selon Bercy). Plus d'un tiers des

entrepreneurs questionnés (34,56 %) affirment ne pas être concernés, ce qui est d'ailleurs souvent faux dans les faits. Enfin, moins d'un dirigeant de TPE sur deux (45,55 %) reconnaît ne pas avoir de site marchand.



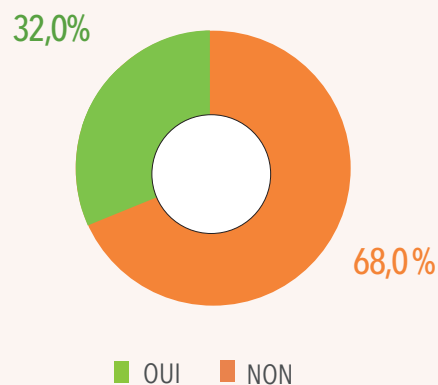
LE SERVICE *click & collect*

Un an après le début de la pandémie de Covid-19, 7 % seulement des dirigeants de TPE interrogés se sont convertis au *click & collect*. Un mode de vente en plein boom (+ 41 % en 2020) qui permet aux clients de réserver en ligne leurs produits puis de venir les retirer en magasin. Le confinement, les fermetures administratives et les restrictions de déplacement ont incité de nombreux commerçants (restaurateurs, libraires...) à proposer ce service pour continuer à servir leurs clients.



LES ENJEUX D'AVENIR

Un petit tiers (32 %) seulement des entrepreneurs individuels sondés estime que l'avenir de leur activité passera nécessairement par une adaptation de leur entreprise à la nouvelle donne numérique. Tandis que près de sept dirigeants de TPE sur dix (68 %) pensent le contraire. Un résultat inquiétant qui illustre le décalage persistant entre les nouvelles pratiques de consommation des Français et le retard numérique de la plupart des commerces de proximité.





Alain Assouline, président de la Commission Numérique de la CPME



© WebForce3

“

Les ressources du numérique, pour un chef de petite entreprise, sont vraiment aussi nombreuses que précieuses !

”

Aujourd'hui, seulement 1 TPE sur 3 a un site Internet. Comment expliquez-vous le retard numérique des petites entreprises françaises ?

Les raisons sont évidemment multiples. Les artisans, les commerçants et les dirigeants de TPE sont souvent au four et au moulin, absorbés par des tâches multiples et peu sensibilisés à la question du numérique. Beaucoup d'entre eux sont également convaincus que la relation de proximité qu'ils entretiennent avec leurs clients suffit et ne saisissent pas l'utilité des TIC pour leurs entreprises. Enfin, il faut aussi bien reconnaître que, même quand ils éprouvent un intérêt pour le sujet, ils ne savent pas comment s'y prendre concrètement, à qui s'adresser, vers qui se tourner pour obtenir des conseils, des financements... Il faut cependant souligner que la pandémie de Covid-19 a incité de nombreux entrepreneurs à franchir le pas pour préserver la pérennité de leur activité, continuer à servir leurs clients malgré les restrictions administratives.

Pouvez-vous rappeler aux dirigeants de TPE toujours hésitants les principaux atouts du numérique pour le développement de leur entreprise ?

Renforcer sa visibilité, accroître sa notoriété, conquérir de nouveaux clients, promouvoir son savoir-faire, fidéliser sa clientèle, mener des actions marketing mais aussi proposer un service de prise de rendez-vous en ligne, se lancer dans le click and collect ou encore mieux comprendre les besoins et les attentes des clients, gérer ses stocks, ses achats, ses ventes etc... Les ressources du numérique, pour un chef de petite entreprise, sont vraiment aussi nombreuses que précieuses ! On ne parle généralement que des usages commerciaux et marketing du Web via un site marchand ou un réseau social, par exemple. Mais il ne faut pas oublier que le numérique est aussi un formidable atout pour la gestion des données, l'analyse des ventes, la connaissance des clients... Je pense notamment à toutes ces fonctionnalités méconnues offertes par les logiciels de caisse.

Comment, selon vous, peut-on les inciter à se convertir à l'économie numérique ?

J'ai déjà évoqué certains freins relativement dissuasifs comme l'absence d'interlocuteurs de proximité. Mais il faut aussi reconnaître qu'il existe parfois

des freins psychologiques qui peuvent retarder la décision : sentiment d'insécurité informatique, peur des cyber-attaques, peur d'être victime de prestataires indélicats, de se faire arnaquer... Pour enclencher la réflexion et provoquer la prise de conscience, l'envie d'agir, le mieux est de partir du terrain, des différentes problématiques auxquelles sont confrontées les petites entreprises au quotidien. A partir de là, on peut leur proposer des réponses adaptées et efficaces. Je crois aussi qu'il est important de mettre en avant les réussites d'artisans et de commerçants qui ont tiré profit du numérique !

Quelles sont les aides disponibles aujourd'hui pour soutenir la digitalisation des TPE-PME ?

Il existe aujourd'hui toute une panoplie d'aides nationales à la numérisation des entreprises. Il serait trop long d'en faire la liste exhaustive ici mais vos lecteurs pourront en trouver le détail sur le site de Bpi France ou de France Num. Il ne faut surtout pas négliger les aides locales, notamment celles des Régions qui peuvent apporter un soutien important aux entreprises du territoire.

Propos recueillis par Nasser NEGROUCHE