

ENJEUX

Ile-de-France

L'économie francilienne en bref

ÊTRE DIRIGEANT DE PME/PMI DU GRAND PARIS

La stratégie des petites et moyennes entreprises est le reflet direct de la personnalité de leurs dirigeants. Développeur, prudent, pionnier, suiveur, réseuteur, indépendant sont parmi les nombreux traits qui façonnent leur style de management.

Ainsi, mieux connaître les chefs d'entreprise en tant que « personnes physiques » permet de pouvoir mieux répondre à leurs attentes et besoins. C'est dans ce but que la Chambre de commerce et d'industrie de Paris a réalisé la présente enquête auprès de 410 PME franciliennes.

Les résultats présentés dans cette étude ont pour objectif de caractériser le tempérament des dirigeants des PME/PMI du Grand Paris (départements de Paris, des Hauts-de-Seine, de la Seine-Saint-Denis et du Val-de-Marne) dans leur relationnel, leur approche du monde extérieur et leur prise de décision.

UNE PRUDENCE MARQUÉE DES DIRIGEANTS DANS LEUR STRATÉGIE DE DÉVELOPPEMENT

Dans cette période soumise à une forte volatilité des affaires, aux mutations rapides de l'environnement économique, les dirigeants de PME sont partagés sur leur stratégie. 41 % des dirigeants préfèrent une stratégie de prise de risque minimum alors que 52 % déclarent avoir une stratégie de croissance. Ce sont les dirigeants d'entreprises industrielles qui souhaitent prendre le moins de risque (46 %), les dirigeants d'entreprises de services sont quant à eux majoritaires à préférer une stratégie de croissance (56 % contre 47 %). Ce résultat corrobore une enquête publiée par OSEO avant la crise financière qui montrait qu'un dirigeant sur deux de PME de plus de 10 salariés ne souhaitait pas développer son entreprise.

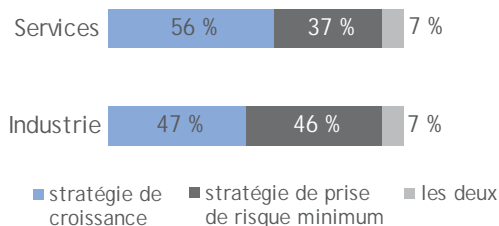
La prudence est également de mise lorsqu'un nouvel outil (logiciel, machine, service) est proposée dans leur secteur d'activité : ainsi 57 % des entrepreneurs préfèrent attendre que cette nouveauté ait fait ses preuves et 16 % se déclarent même non intéressés. Seuls 27 % souhaitent l'acquérir pour améliorer l'efficacité de l'entreprise.

UNE VOLONTÉ DE RESTER À L'ÉCOUTE DU MARCHÉ POUR POUVOIR ANTICIPER

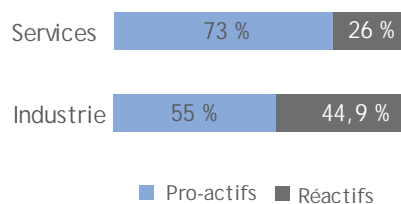
A la question : « est-ce que vous vous informez sur les évolutions de votre secteur d'activités, de l'état de la concurrence ? », 60 % des dirigeants déclarent s'informer en permanence et 32 % déclarent s'informer de façon irrégulière.

Les dirigeants se déclarent d'abord pro-actifs, ils préfèrent anticiper et agir en amont à 74 % pour les services et 55 % pour les industriels. Au contraire, 26 % des dirigeants de services et 45 % des industriels se considèrent plutôt réactifs et préfèrent attendre pour bien comprendre la situation et agir.

En fonction de votre tempérament de dirigeant, laquelle de ces deux stratégies d'entreprise vous correspond le mieux ?

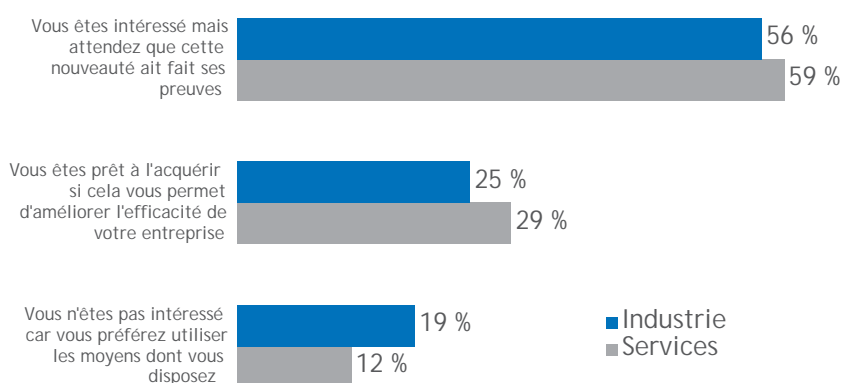


Les entrepreneurs se considèrent-ils... ?



Face à l'apparition d'un nouvel outil (logiciel, machine, service...) ou d'une nouvelle démarche innovante, 57 % des entrepreneurs interrogés se déclarent intéressés mais préfèrent être prudents et attendre que cette nouveauté ait fait ses preuves. Par ailleurs, 27 % sont prêts à l'acquérir si cela leur permet d'améliorer l'efficacité de leur entreprise, tandis que 19 % des dirigeants industriels et 12 % de ceux à la tête d'une entreprise de services déclarent ne pas être intéressés car ils préfèrent utiliser les moyens déjà à leur disposition.

Si un nouvel outil ou une nouvelle démarche innovante est proposée dans votre secteur d'activité...



LA CAPACITÉ À ALLER CHERCHER CONSEIL ET COMPÉTENCES EXTERNES EN CAS DE BESOIN

Lorsqu'ils ont un problème à résoudre, 67 % des dirigeants vont chercher un conseil à l'extérieur. Les dirigeants qui déclarent ne pas faire appel à des compétences externes (33 %) privilégient les solutions internes à 63 %. Il est à noter que 21 % des industriels déclarent ne pas faire appel aux conseils externes parce qu'ils ne savent pas déceler une offre adaptée.

une démarche d'accompagnement dans leur entreprise (organisation, innovation, développement durable, international...). Pour se déterminer ils mettent en avant le rapport qualité/prix de plusieurs prestations (41 %) puis la confiance portée à la structure porteuse (36 %). L'originalité de la démarche vient en dernier lieu avec 21 %.

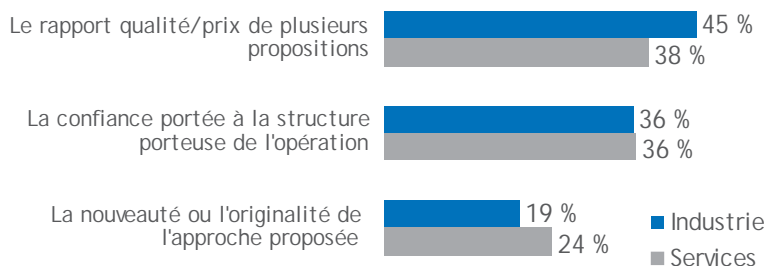
UNE PRÉOCCUPATION PERMANENTE : TROUVER DE NOUVEAUX CLIENTS

Si les industriels sont particulièrement sensibles à la recherche de fournisseurs qui répondent à leur cahier des charges (48 % des répondants industriels contre 29 % pour les services), les dirigeants mettent unanimement en premier (65 % des réponses) la recherche de nouveaux clients à l'occasion de salons, conventions d'affaires et missions à l'étranger.

UNE RECHERCHE DE PRESTATIONS DE CONSEIL INDIVIDUALISÉES

85 % des dirigeants sollicitent des prestations sur mesure et individualisées à leurs besoins. 30 % se déclarent intéressés par

Quels sont les critères de choix privilégiés par les entrepreneurs intéressés par une démarche d'accompagnement dans leur entreprise ?



LE SOUCI DE TROUVER DES PARTENAIRES DE LONG TERME

Les dirigeants interrogés recherchent des partenaires (client, sous-traitant, coopération) voulant s'engager dans la durée dans un partenariat gagnant-gagnant. A contrario, la proximité géographique importe peu.

UNE APPROCHE ENCORE TIMIDE DU RÉSEAUTAGE

Un dirigeant sur trois déclare faire partie d'un réseau ou club d'entreprises. Les structures les plus souvent citées sont les syndicats professionnels puis les clubs d'entrepreneurs.

Le partage d'expériences avec leurs pairs est pour les dirigeants d'entreprises la principale raison d'appartenance à un réseau. Le fait de pouvoir rencontrer des chefs d'entreprises du même secteur est une motivation plus forte pour les dirigeants industriels.

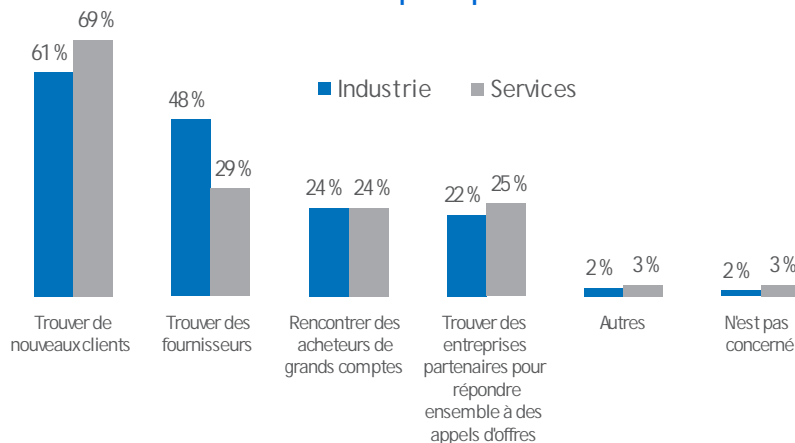
Les dirigeants, qui déclarent ne pas faire partie d'un réseau, mettent en avant le manque d'intérêt et le manque de temps. Leurs motivations pour rejoindre un réseau seraient d'abord de « faire du business » et de rencontrer les chefs d'entreprises de même secteur.

On peut ainsi noter le décalage entre la vision externe et le point de vue interne des dirigeants sur les réseaux.

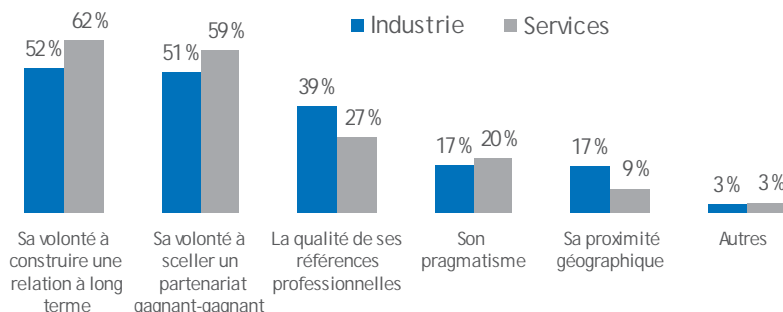
UNE MOTIVATION LIMITÉE À FAIRE RECONNAÎTRE SON ACTION D'ENTREPRENEUR À L'EXTÉRIEUR

A la question : « accepteriez-vous de participer à des colloques, déjeuners-débats ou actions de lobbying ? », 36 % se déclarent prêts à le faire si cela impacte positivement l'activité de leur entreprise. A noter que 39 % des dirigeants d'entreprises de services et une majorité pour les industriels (52 %) se déclarent non intéressés par ce type d'action.

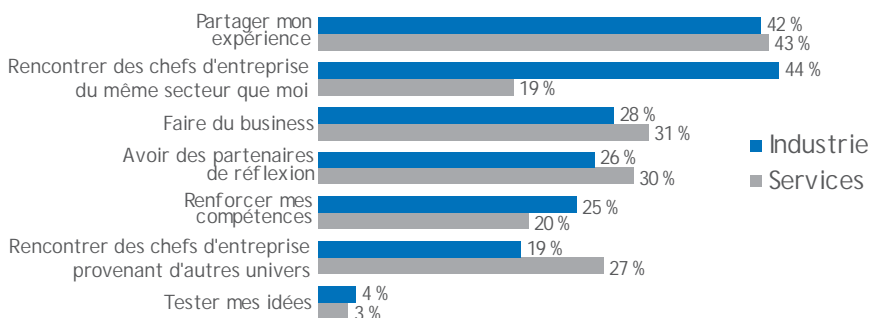
Quelles sont vos deux principales attentes ?



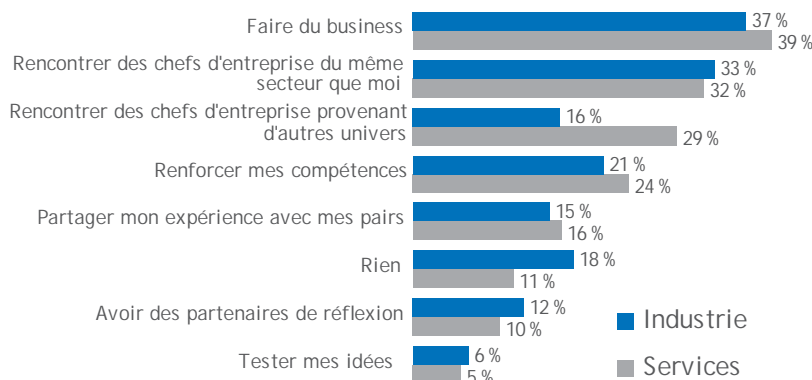
Quelles sont les deux principales qualités que vous recherchez chez un futur partenaire ?



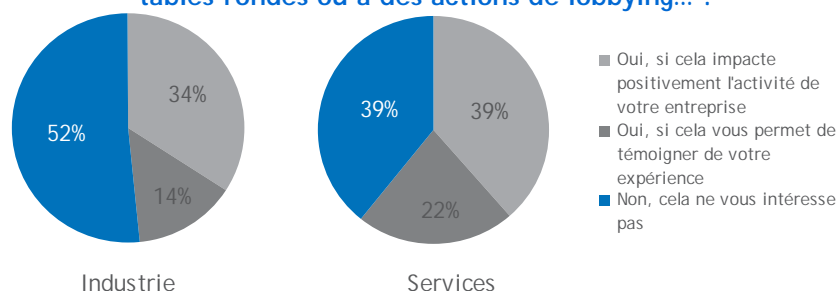
Motivations des entrepreneurs faisant partie d'un réseau



Ce qui pourrait amener les entrepreneurs isolés à intégrer un réseau



Accepteriez-vous de participer à des colloques, déjeuners-débats, tables-rondes ou à des actions de lobbying... ?



DES ENTREPRENEURS PLUS JEUNES ET PLUS DIPLÔMÉS DANS LES SERVICES.

L'âge des entrepreneurs révèle que les entreprises de services sont dirigées par des dirigeants plus jeunes que les entreprises industrielles. En effet, 62 % des dirigeants d'entreprises de services ont moins de 50 ans (10 % moins de 35 ans et 50 % entre 35 et 49 ans) tandis qu'ils sont seulement 48 % parmi les entrepreneurs industriels

à avoir moins de 50 ans (7 % moins de 35 ans et 41 % entre 35 et 49 ans). Par symétrie les dirigeants industriels sont plus nombreux parmi les plus de 50 ans (37 % entre 51 et 60 ans, 15 % plus de 60 ans) que ceux à la tête d'une entreprise de services (29 % entre 51 et 60 ans, 9 % plus de 60 ans).

Les dirigeants d'entreprises de services sont également plus diplômés que leurs collègues du

secteur de l'industrie, 60 % chefs d'entreprises de services sont diplômés de grandes écoles ou de diplômes universitaires supérieurs à Bac+2, contre 40 % pour les chefs d'entreprises industrielles. La proportion de dirigeants ayant un diplôme Bac+2 est équivalente dans les deux secteurs d'activités (24 % pour l'industrie et 22 % pour les services). Les dirigeants ayant un niveau de formation initiale de niveau Baccalauréat ou inférieur sont plus nombreux parmi les chefs d'entreprises de l'industrie : 34,5 %, que dans les services : 18 %.

Gilbert CROZE
Délégué à l'industrie et aux services à l'entreprise à la CCIP

Yves BURFIN
Chargé d'études au CROCIS

METHODOLOGIE

Ménée par la Direction Générale Adjointe chargée de l'Appui à l'Entreprise et de l'Information de la CCIP avec l'aide technique du CROCIS, l'enquête a été réalisée auprès d'un échantillon représentatif de 410 dirigeants de PME franciliennes de plus de 5 salariés (205 entreprises de l'industrie et 205 entreprises des services). L'échantillon des entreprises ayant été interrogées a été construit de manière à être représentatif du tissu d'entreprises de services et d'entreprises industrielles de l'agglomération parisienne (Paris, Hauts-de-Seine, Seine-Saint-Denis et Val-de-Marne).

Parmi les entreprises industrielles interrogées 38 % sont situées à Paris, 19 % dans les Hauts-de-Seine, 25 % en Seine-Saint-Denis et 19 % dans le Val-de-Marne. Les entreprises de moins de 6 salariés n'ayant délibérément pas été consultées, la répartition des entreprises industrielles interrogées par taille est la suivante : 37 % d'entreprises ont entre 6 et 10 salariés, 31 % entre 10 et 19, 24 % entre 20 et 49 et 8 % entre 50 et 99 salariés.

Parmi les entreprises de services interrogées 56 % sont situées à Paris, 22 % dans les Hauts-de-Seine, 13 % en Seine-Saint-Denis et 9 % dans le Val-de-Marne. La répartition par taille des entreprises de services est la suivante : 39 % d'entreprises ont entre 6 et 10 salariés, 30 % entre 10 et 19, 23 % entre 20 et 49 et 8 % entre 50 et 99 salariés.

L'enquête a été administrée par la société Phone City ERC, filiale de l'IFOP, du 16 au 19 décembre 2008.

CROCIS de la CCIP - 27 avenue de Friedland - 75382 PARIS cedex 08
tél. : +33 (0) 1 55 65 82 00 - fax : +33 (0) 1 55 65 82 62 - e-mail : crocis@ccip.fr
Retrouvez toutes nos publications sur www.crocis.ccip.fr

- Secrétaire général : Isabelle SAVELLI-THIAULT, isavelli@ccip.fr
- Industrie - Démographie d'entreprise : Yves BURFIN, yburfin@ccip.fr
- Commerce - Europe - Développement durable : Aurélie TERLIER, aterlier@ccip.fr ; Véronique SASSO, vsasso@ccip.fr
- Conjoncture - Enquêtes : Mickaël LE PRIOL, mlepriol@ccip.fr
- Services : Bénédicte GUALBERT, bgualbert@ccip.fr
- PAO - Multimédia : Nathalie PAGNOUX, npagnoux@ccip.fr
- Administration - Secrétariat : Vanessa BUSSCHOTS, vbusschots@ccip.fr

A paraître prochainement :

- juin 2009 : les services à la personne
- juillet 2009 : le commerce électronique



Directeur de la publication : Pierre TROUILLET
Directeur de la rédaction : Jean-Louis SCARINGELLA
Rédacteur en chef : Isabelle SAVELLI-THIAULT
Maquette et mise en page : Nathalie PAGNOUX
Reproduction autorisée à la condition expresse de mentionner la source
Dépot légal : mai 2009
ISSN : 1266-3255