

Hors série Arrondissement du Bessin

La conjoncture du Bessin au 1^{er} semestre 2019

ÉDITO

Selon les dernières estimations de l'Insee, le Produit Intérieur Brut (PIB) a ralenti en 2018 par rapport à 2017 (1,7 % en 2018, contre 2,3 % en 2017), et les économistes tablent désormais sur une évolution de 1,3 % du PIB en 2019. Des incertitudes planent sur le niveau de consommation des ménages car, d'après l'Insee, l'effet des gains de pouvoir d'achat consécutifs aux mesures décidées en réponse au mouvement des « gilets jaunes » pourrait prendre plusieurs trimestres ; certains économistes estimant même que ce gain de pouvoir d'achat pourrait être épargné plutôt que dépensé. L'environnement international dégradé accentue encore ce contexte attentiste : risque d'un Brexit dur, tensions commerciales, prix des matières premières... Conséquences de ces difficultés, les entreprises françaises sont prudentes en matière d'investissement et de financement et les exportations françaises sont scrutées avec attention.

Au niveau régional, les dirigeants normands font état d'un redressement de l'activité économique au 1^{er} semestre 2019, après le ralentissement fortement marqué au 2^{ème} semestre 2018. L'ensemble des soldes d'opinion a progressé traduisant ainsi le retour à la hausse de l'activité des entreprises normandes. Cette évolution positive est observée dans la construction, l'industrie et les services mais la situation reste encore difficile pour le commerce. Concernant les perspectives d'activité au 2^{ème} semestre 2019, les dirigeants normands sont plutôt confiants et anticipent une seconde partie de l'année plus favorable quel que soit le secteur d'activité.

Les entreprises du Bessin s'inscrivent dans cette bonne dynamique régionale avec un indicateur global d'activité qui s'améliore de 16 pts et un solde d'opinion à +7 (contre +2 à l'échelle de la CCI de Caen Normandie). Concernant le semestre à venir, là aussi les dirigeants retrouvent le moral car l'indice de confiance regagne 14 pts et revient à +58. Si ces perspectives sont engageantes, le second semestre 2019 sera primordial pour confirmer le caractère durable de cette reprise...

Dans ce contexte, la question d'actualité de cette nouvelle édition du Baromètre des affaires porte sur les besoins des entreprises, ceci afin de toujours mieux accompagner les dirigeants dans leurs projets et leur proposer des services toujours plus performants et adaptés à leur situation.

Pour conclure, je remercie vivement les 772 dirigeants qui ont participé aux différentes éditions du Baromètre des affaires de la CCI Caen Normandie.

Michel COLLIN
Président
CCI Caen Normandie



A RETENIR

Reprise de l'activité au 1^{er} semestre 2019

La confiance est de retour

Développement commercial, ressources humaines et visibilité : 3 thématiques clés pour les entreprises





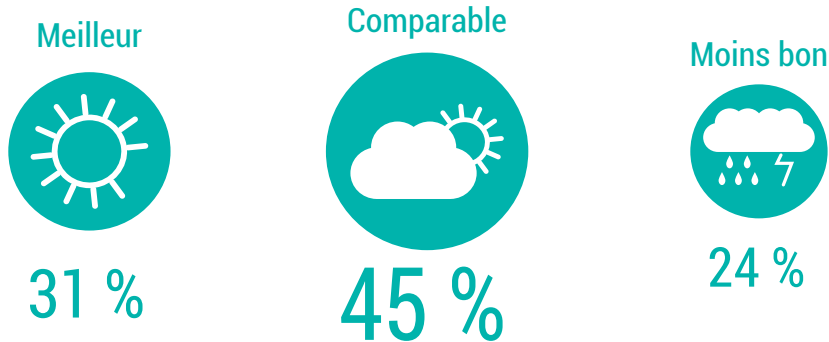
Bilan du 1^{er} semestre 2019

■ Reprise de l'activité

Graphique 1

Bilan global de l'activité du 1^{er} semestre 2019

Source : Enquête « Baromètre des affaires » des CCI de Normandie



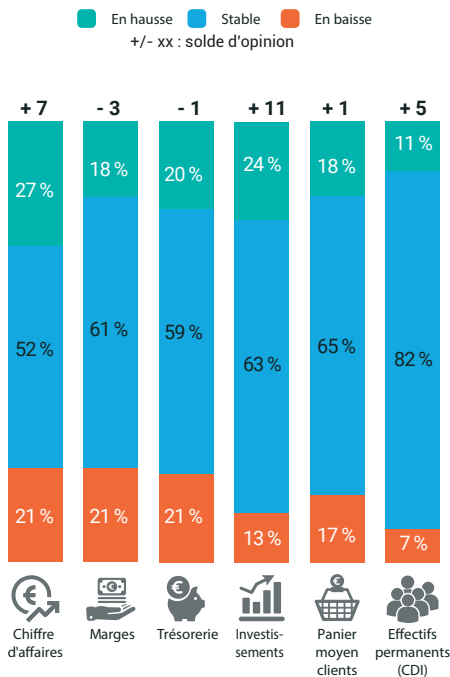
Bonne nouvelle, le climat des affaires continue de s'améliorer dans le Bessin pour le 2^{ème} semestre consécutif avec un indicateur global d'activité en hausse de 16 pts. Ce faisant, le solde d'opinion redevient positif et atteint même son plus haut niveau (+7). À noter que l'indicateur global d'activité est pour la 1^{ère} fois positif sur toutes les intercommunalités du Bessin : Bayeux Intercom (hausse de 17 pts de l'indicateur global d'activité et un solde d'opinion à +3), Isigny Omaha Intercom (hausse de 13 pts de l'indicateur global d'activité et un solde d'opinion à +2) et Seulles Terre et Mer (hausse de 20 pts de l'indicateur global d'activité et un solde d'opinion à +30).

Dans le détail, à l'exception des marges et de la trésorerie, tous les indicateurs de performance sont positifs et parfois en forte progression, tel celui sur le chiffre d'affaires qui s'améliore de 28 pts pour un solde d'opinion à +7 ; ou bien encore celui concernant le panier moyen / carnet de commande qui s'améliore de 14 pts.

Graphique 2

Bilan global des indicateurs de performance du 1^{er} semestre 2019

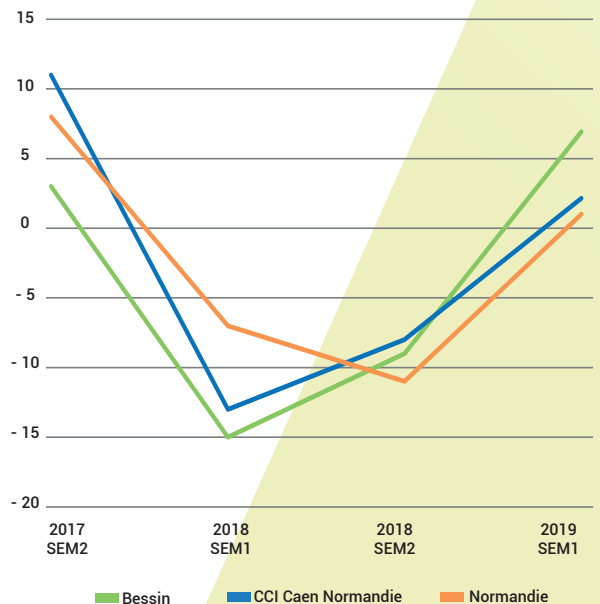
Source : Enquête « Baromètre des affaires » des CCI de Normandie



Graphique 3

Évolution du solde d'opinion du bilan global de l'activité du 1^{er} semestre 2019

Source : Enquête « Baromètre des affaires » des CCI de Normandie



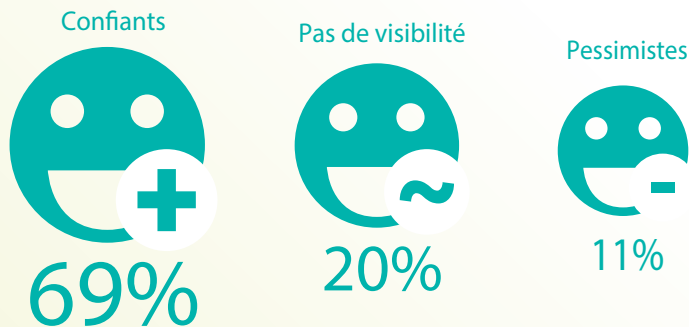
Perspectives pour le 2nd semestre 2019

Des prévisions encourageantes après un semestre d'incertitude

Graphique 4

Perspectives globales d'activité pour le 2nd semestre 2019

Source : Enquête « Baromètre des affaires » des CCI de Normandie



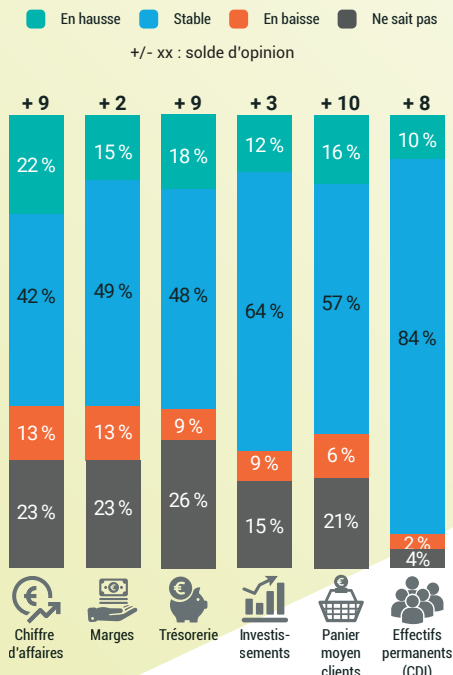
Après la baisse de confiance manifeste des dirigeants à la fin de l'année 2018 (-13 pts), les chefs d'entreprise retrouvent le moral et l'indice de confiance des entreprises du Bessin progresse de 14 pts pour revenir à un niveau plus conforme à celui des enquêtes précédentes. Au final le solde d'opinion sur les perspectives d'activité s'établit à +58, soit un score légèrement supérieur à celui constaté à l'échelle de la CCI de Caen Normandie (+53) ou de la Normandie (+54). Néanmoins des disparités subsistent entre les territoires du Bessin : l'indice de confiance de Seulle Terre et Mer est à +70, celui de Bayeux Intercom à +60 et celui d'Isigny Omaha Intercom à +49.

A l'instar du constat fait à l'échelle de la CCI de Caen Normandie, ce retour de confiance est également confirmé par le fait que tous les indicateurs de performance présentent des soldes d'opinion positifs (cf. graphique 5). Le seul bémol étant les indicateurs concernant les marges et les effectifs qui régressent très légèrement (respectivement -4 pts et -1 pt) mais sans que cela soit préoccupant.

Graphique 5

Prévisions globales des indicateurs de performance pour le 2nd semestre 2019

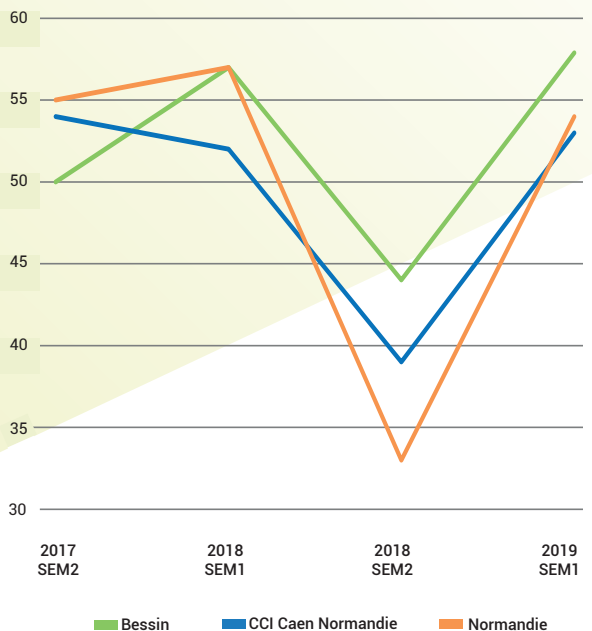
Source : Enquête « Baromètre des affaires » des CCI de Normandie



Graphique 6

Évolution du solde d'opinion des perspectives globales d'activité pour le 2nd semestre 2019

Source : Enquête « Baromètre des affaires » des CCI de Normandie





QUESTION THÉMATIQUE

Les besoins des entreprises

Développement commercial, ressources humaines et visibilité : 3 thématiques clés pour les entreprises

Les problématiques et les besoins des entreprises évoluent au gré de facteurs économiques, sociétaux et technologiques dans un environnement mouvant et complexe. En parallèle, ces dernières années, de nombreuses réformes ont impacté à la fois le monde de l'entreprise avec les lois El Khomri et PACTE ; celui des collectivités avec les lois MAPTAM et NOTRe ; ainsi que le réseau des CCI avec les lois ELAN et surtout la loi PACTE. Face à ces mutations, il nous a paru nécessaire de recueillir les besoins des entreprises afin de contribuer à la réalisation de leurs projets grâce à des services à l'entreprise et des dynamiques territoriales adaptées.

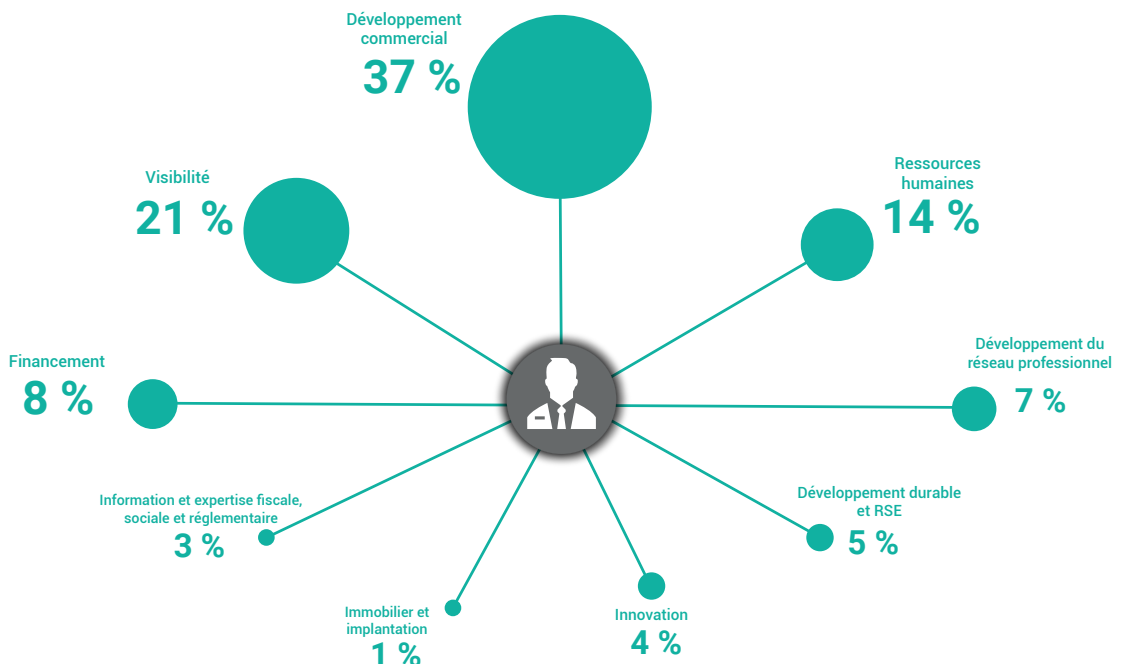
■ Priorisation des besoins

41 % des dirigeants du Bessin ont exprimé des besoins prioritaires pour accompagner le développement de leur entreprise, soit un peu moins que la moyenne des entreprises de la CCI de Caen Normandie (51 %). Parmi eux, le développement commercial arrive en tête avec 37 % des besoins exprimés (43 % à l'échelle de Bayeux Intercom). Puis viennent les besoins en lien avec le développement de la visibilité de l'entreprise qui sont prioritaires pour 21 % des dirigeants, soit un besoin plus marqué sur le territoire du Bessin puisque cette thématique représente 14 % des besoins prioritaires à l'échelle de la CCI Caen Normandie. Pour clore ce « podium », les ressources humaines sont un besoin prioritaire pour 14 % des dirigeants (23 % à l'échelle d'Isigny Omaha Intercom). Au-delà de ces priorités identifiées par les entreprises, les dirigeants ont aussi abordé la question du développement de leur réseau professionnel (et ce de manière plus marquée sur Isigny Omaha Intercom), du financement ou bien encore du développement durable.

Graphique 7

Parmi les thèmes précédemment abordés, lesquels vous paraissent prioritaires ? (2 ou 3 maximum)

Source : Enquête « Baromètre des affaires » des CCI de Normandie





Développement commercial

■ Le client : le cœur du développement commercial

De manière plus détaillée, la dynamisation de la prospection et la fidélisation des clients sont citées comme des priorités par près de 6 dirigeants sur 10 ayant identifié des besoins en matière de développement commercial, et même par plus de 7 dirigeants sur 10 sur Bayeux Intercom. Bien après arrivent le renforcement de l'efficacité commerciale (item cité par moins de 2 entreprises sur 10) ou bien encore la croissance externe (item cité par moins d'1 entreprise sur 10).



Visibilité

■ Améliorer la communication digitale avant tout

Les besoins identifiés pour concourir au développement de la visibilité de l'entreprise concernent principalement la dynamisation de la communication digitale qui est une priorité pour près de 6 entreprises sur 10 ayant des besoins en termes de visibilité. viennent ensuite la nécessité de dynamiser la communication sur les supports traditionnels pour plus de 2 entreprises sur 10 (contre 1 sur 2 à l'échelle de la CCI Caen Normandie), puis la mise en place d'une stratégie de communication globale.



Ressources humaines

■ Le recrutement : principale préoccupation en termes de Ressources Humaines (RH)

Le recrutement représente une priorité pour 6 dirigeants sur 10 ayant des besoins en matière de RH (et même pour près de 7 dirigeants sur 10 sur Isigny Omaha Intercom). Spécificité du Bessin et plus encore de Bayeux Intercom, la nécessité de structurer le processus de recrutement est la seconde priorité identifiée en termes de ressources humaines (item cité par moins de 2 entreprises sur 10), suivie par la formation des collaborateurs (item cité par un peu plus d'1 entreprise sur 10).

Note méthodologique

- Recueil des données : enquête téléphonique réalisée entre le 03 et le 24 juin 2019 par la société Prestance
- Traitement des données : CCI Caen Normandie et CCI Normandie
- Taille de l'échantillon : 159 dirigeants d'établissements de Bayeux Intercom, Isigny Omaha Intercom et Seules Terre et Mer (degré de certitude : 95 % - marge d'erreur : +/- 7%)
- Représentativité par secteur géographique
- Le solde d'opinion : différence en points entre la part de répondants ayant exprimé une opinion positive et ceux ayant exprimé une opinion négative.



www.caen.cci.fr

