

Hors série **Communauté Urbaine (CU) Caen la mer**

# La conjoncture de Caen la mer au 1<sup>er</sup> 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<sup>er</sup> semestre 2019, après le ralentissement fortement marqué au 2<sup>ème</sup> 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<sup>ème</sup> 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 de Caen la mer s'inscrivent dans cette bonne dynamique régionale mais de manière plus réservée, car si l'indicateur global d'activité s'améliore de 4 pts, le solde d'opinion demeure négatif (-5). Concernant le semestre à venir, là aussi les dirigeants retrouvent un peu le moral, ce qui permet à l'indice de confiance de regagner 8 pts et de s'établir à +48. Si ces perspectives sont engageantes, le second semestre 2019 sera primordial pour confirmer le caractère durable de cette reprise un peu plus timide sur Caen la mer que sur l'ensemble du territoire de la CCI Caen Normandie.

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... mais en douceur

La confiance est de retour

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



CCI CAEN  
NORMANDIE



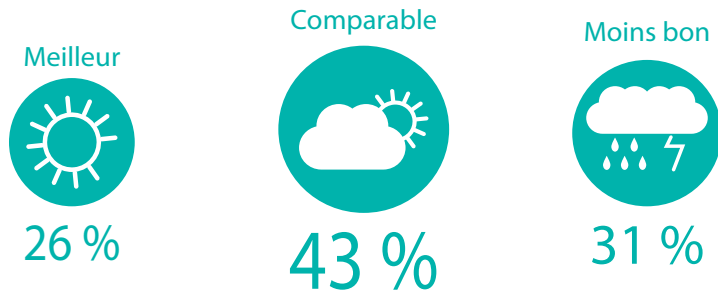
# Bilan du 1<sup>er</sup> semestre 2019

## ■ Reprise de l'activité... mais en douceur

### Graphique 1

#### Bilan global de l'activité du 1<sup>er</sup> semestre 2019

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



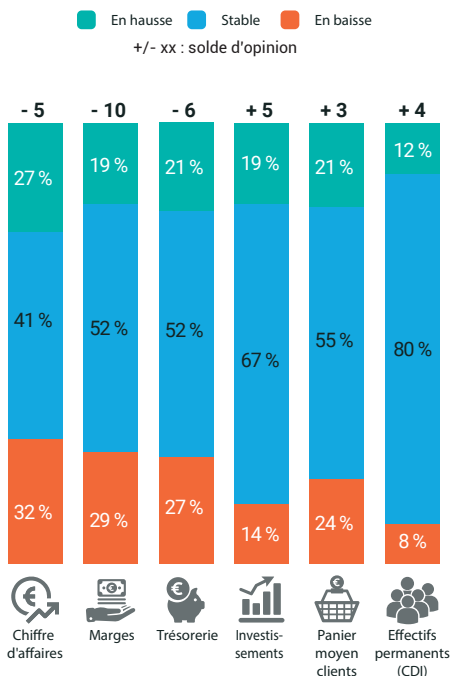
Si le climat des affaires s'améliore pour le 2<sup>ème</sup> semestre consécutif sur Caen la mer, l'indicateur global d'activité ne progresse que de 4 pts alors que dans le même temps il augmente de 10 pts sur le périmètre de la CCI de Caen Normandie. Du fait de cette reprise plus lente de l'activité sur la Communauté urbaine, le solde d'opinion de l'indicateur global d'activité demeure négatif (-5) alors qu'il est repassé en positif sur le périmètre de la CCI de Caen Normandie (+2) et les autres périmètres d'observation. Dans le détail, ce solde d'opinion de l'indicateur global d'activité est négatif dans les secteurs de la Construction, de l'Industrie et des Services mais positif dans le secteur du Commerce (+3). Autre enseignement, ce sont les entreprises localisées sur la ville de Caen qui tirent un bilan plus négatif de l'activité au 1<sup>er</sup> semestre 2019, et ce particulièrement dans les secteurs du Commerce et des Services où les soldes d'opinion sur l'indicateur global d'activité sont respectivement à -19 et -11.

Le constat est identique concernant les indicateurs de performance : ils sont majoritairement en amélioration, mais là encore de manière moins marquée que sur l'ensemble de la CCI Caen Normandie. Ce faisant, les indicateurs sur le chiffre d'affaires, les marges, la trésorerie et le panier moyen / carnet de commandes demeurent ce semestre comme au semestre précédent négatifs, alors que ceux sur les investissements et les effectifs continuent de présenter un bilan positif (cf. graphique 2).

### Graphique 2

#### Bilan global des indicateurs de performance du 1<sup>er</sup> semestre 2019

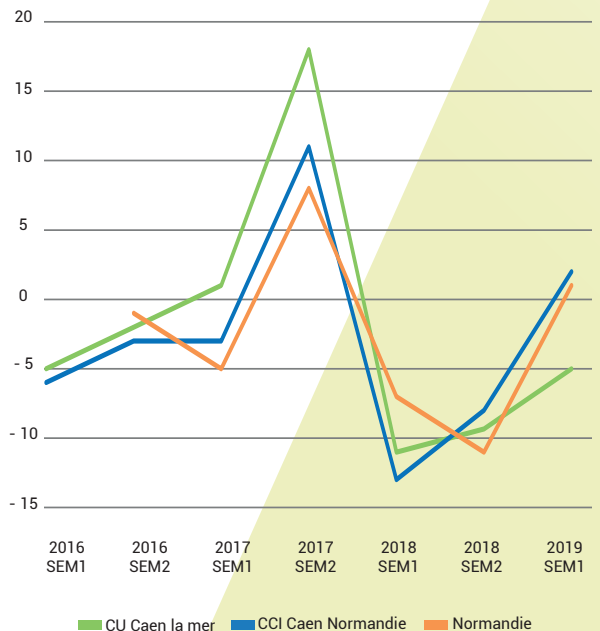
Source : Enquête « Baromètre des affaires » des CCI de Normandie



### Graphique 3

#### Évolution du solde d'opinion du bilan global de l'activité du 1<sup>er</sup> semestre 2019

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



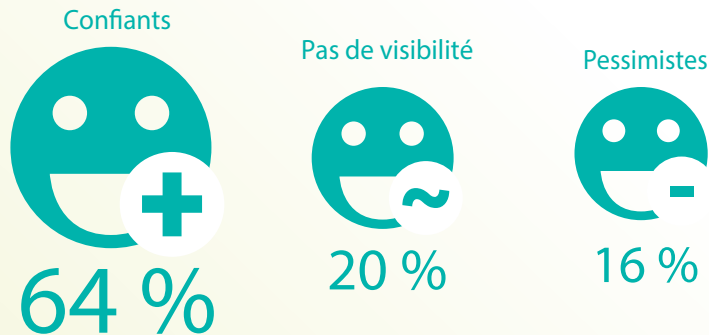
# Perspectives pour le 2<sup>nd</sup> semestre 2019

## La confiance est de retour

Graphique 4

### Perspectives globales d'activité pour le 2<sup>nd</sup> semestre 2019

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



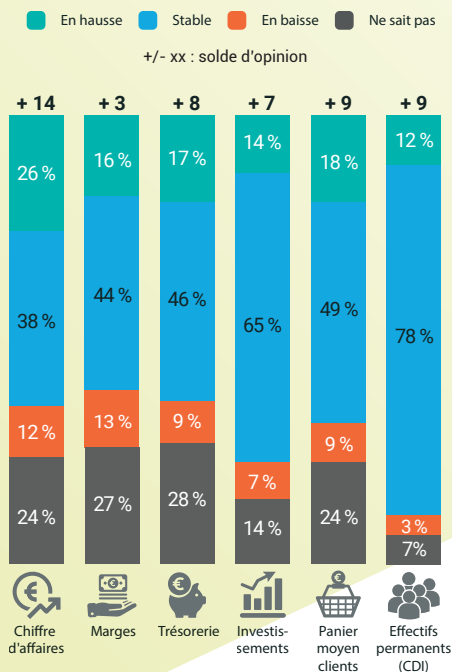
Après une baisse de confiance importante des dirigeants à la fin de l'année 2018 (-15 pts), les chefs d'entreprise retrouvent un peu le moral et l'indice de confiance des entreprises de Caen la mer remonte de 8 pts. Au final le solde d'opinion sur les perspectives d'activité s'établit à +48, soit un score en retrait par rapport à celui constaté à l'échelle de la CCI de Caen Normandie (+53) ou de la Normandie (+54). Notons que là encore des disparités existent en fonction de la localisation de l'entreprise : ainsi les entreprises localisées sur la ville de Caen, à l'exception de celles du secteur du Commerce, sont légèrement plus optimistes avec un indice de confiance à +52 contre +46 pour les autres.

Enfin, à l'instar du constat fait à l'échelle de la CCI de Caen Normandie, ce retour de confiance est confirmé par le fait que tous les indicateurs de performance sont en amélioration par rapport au semestre précédent et présentent des soldes d'opinions positifs (cf. graphique 5).

Graphique 5

### Prévisions globales des indicateurs de performance pour le 2<sup>nd</sup> semestre 2019

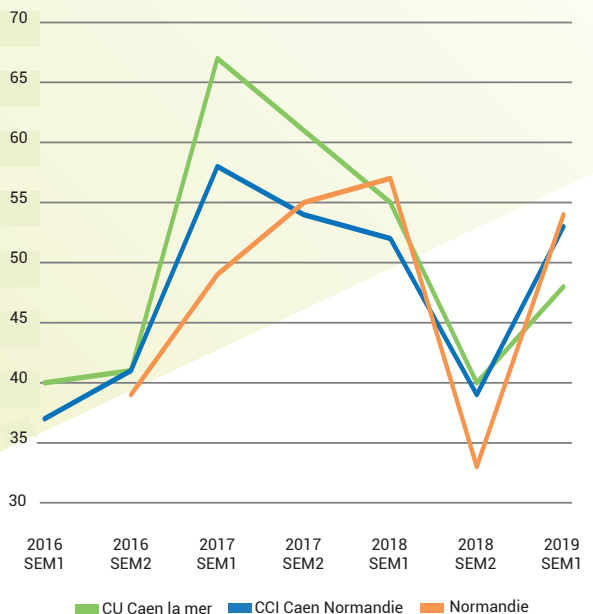
Source : Enquête « Baromètre des affaires » des CCI de Normandie



Graphique 6

### Évolution du solde d'opinion des perspectives globales d'activité pour le 2<sup>nd</sup> 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

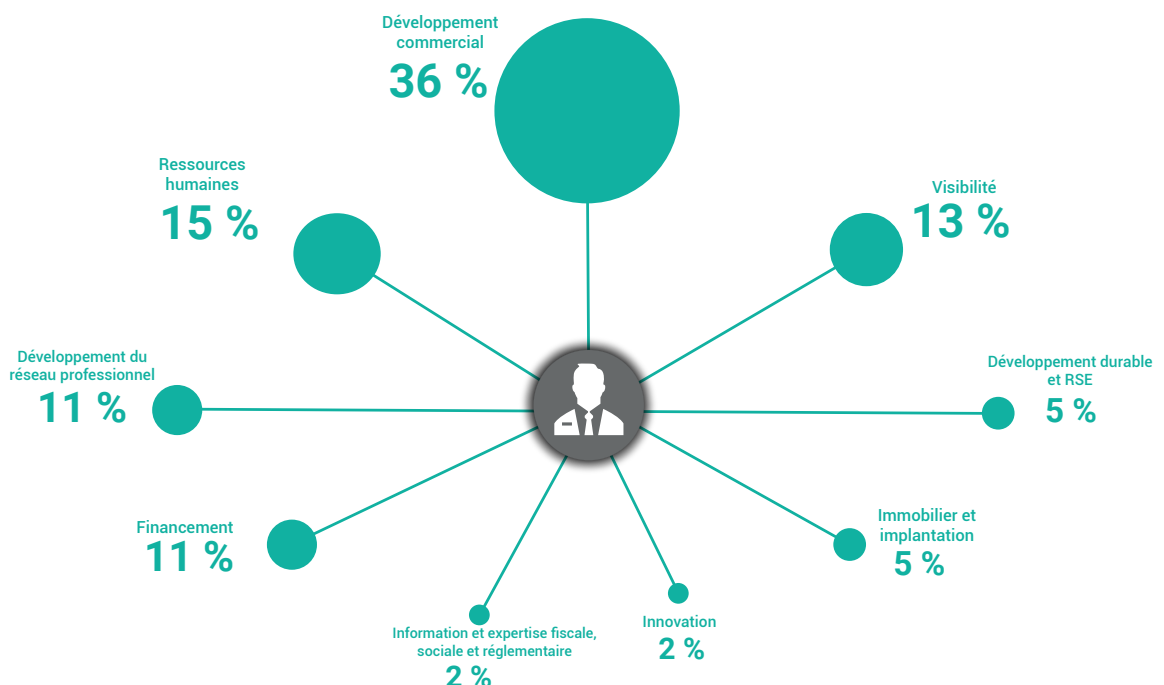
58 % des dirigeants de Caen la mer ont exprimé des besoins prioritaires pour accompagner le développement de leur entreprise, soit un peu plus que la moyenne des entreprises de la CCI de Caen Normandie (51 %).

Parmi eux, le développement commercial arrive en tête avec 36 % des besoins exprimés (36 % à l'échelle de la CCI de Caen Normandie). Puis viennent les besoins en lien avec les ressources humaines avec 15 % des besoins exprimés et ceux en lien avec la visibilité avec 13 % des besoins exprimés. À noter que ce « podium » des besoins des entreprises de la Communauté urbaine est identique à celui constaté à l'échelle de la CCI de Caen Normandie et de la Normandie. Au-delà de ces priorités identifiées par les entreprises, les dirigeants ont aussi abordé la question de l'immobilier d'entreprise, du développement de leur réseau professionnel, du financement ou bien encore du développement durable et de l'immobilier.

### 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 plus de 7 dirigeants sur 10 ayant identifié des besoins en matière de développement commercial. Bien après arrivent le renforcement de l'efficacité commerciale (item cité par un peu plus d'1 entreprise sur 10) mais aussi la mise en place d'une Gestion de la Relation Client (GRC) qui est une priorité pour un peu moins d'1 dirigeant sur 10 ayant identifié des besoins sur ce thème du développement commercial.



## 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. Accueillir des apprentis est également un besoin prioritaire pour 2 entreprises sur 10, tout comme la formation des collaborateurs qui est une priorité pour près de 2 entreprises sur 10 ayant identifié des besoins en matière de ressources humaines.



## Visibilité

### ■ Améliorer la communication digitale et stratégie globale

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 terme de visibilité. Vient ensuite la nécessité de mettre en place une stratégie de communication globale pour près d'1 entreprise sur 2. Enfin la nécessité de dynamiser la communication sur les supports traditionnels est une priorité identifiée pour un peu plus d'une entreprise sur 10 ayant identifié des besoins sur ce thème.

---

## 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 : 215 dirigeants d'établissements de la CU Caen la mer (degré de certitude : 95 % - marge d'erreur : +/- 5%)
- 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](http://www.caen.cci.fr)

