

# Les entreprises de proximité au coeur de la vie communale

LES ARTISANS, COMMERÇANTS ET PROFESSIONNELS LIBÉRAUX FACE À LEUR MAIRE

L'Union des Entreprises de Proximité (U2P) et l'Institut Supérieur des Métiers (ISM) ont réalisé une enquête visant à mieux connaître l'implication des artisans, commerçants et professionnels libéraux dans la vie locale, leur satisfaction vis-à-vis de leur environnement local et leurs attentes vis-à-vis de la commune. L'enquête a été menée en septembre 2023 par voie électronique auprès de 2700 chefs d'entreprise.

## Des entreprises et des dirigeants ancrés dans les territoires

Les entreprises de proximité sont implantées sur l'ensemble du territoire communal.

**55%**

En centre ville

**25%**

Exercent en local commercial

**27%**

Exercent au domicile du dirigeant

Seule la moitié dispose de locaux professionnels, dont 25% un local commercial. Le tissu d'entreprises de proximité est donc en partie confondu dans l'habitat des communes et invisible.

69% des artisans-commerçants et professionnels libéraux et 40% de leurs salariés résident dans la commune de leur entreprise.

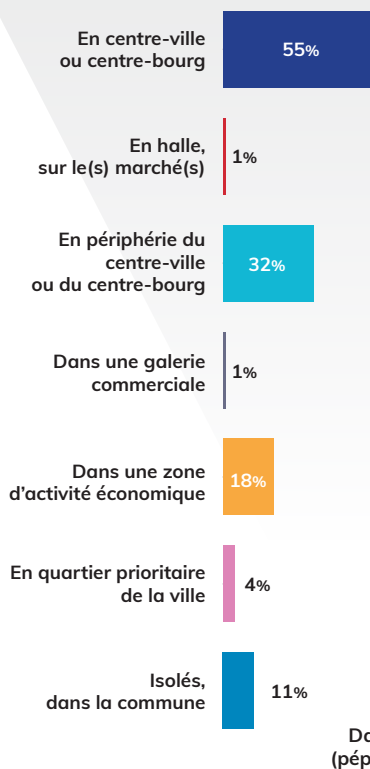
Concernant le choix de la localisation des entreprises, le choix de vie des dirigeants prime souvent sur les considérations économiques.

Les critères personnels (domicile, attachement au territoire) sont aussi importants que les critères de marché.

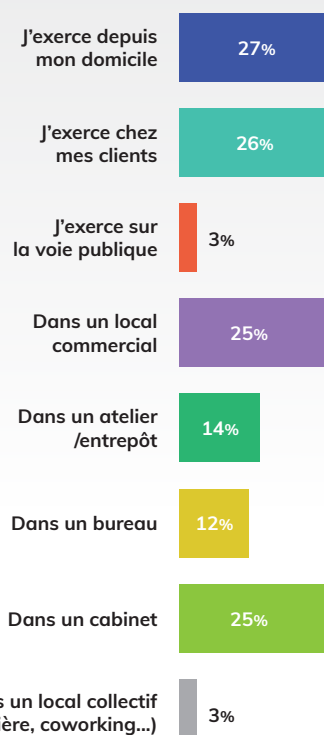
Quelles sont les 3 principales raisons qui ont motivé votre choix d'implantation ?

- 1 Proximité de votre lieu d'habitation **38%**
- 2 Présence de clients potentiels **28%**
- 3 Attachement personnel au territoire **22%**
- 4 Visibilité de l'emplacement **20%**
- 5 Possibilité d'acquérir les locaux **17%**
- 6 Qualité du cadre de vie du territoire **16%**

OÙ SONT SITUÉS VOS LOCAUX PROFESSIONNELS ? (PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES)



DANS QUELS TYPES DE LOCAUX EXERCEZ-VOUS VOTRE ACTIVITÉ ? (PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES)



### À retenir pour l'action locale

Pour un artisan, commerçant et pour un professionnel libéral, l'attractivité d'un territoire se mesure d'abord à son attachement personnel. Les aides à l'implantation ne sont pas déterminantes (sauf pour les activités nécessitant des bâtiments professionnels ad hoc).

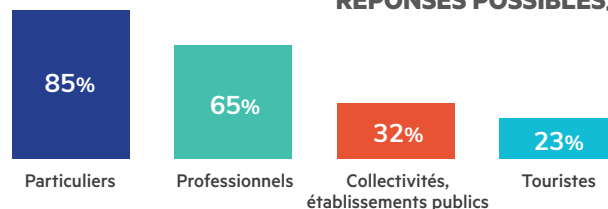
Pour développer ce tissu d'entreprises, le territoire doit valoriser en premier lieu ses ressources endogènes et accompagner le potentiel entrepreneurial des habitants.

## Des entreprises au service de la population

Les entreprises de proximité ont pour clientèle principale la population locale :

- > 85% ont une clientèle de particuliers ;
- > pour plus de 70%, leur clientèle principale réside dans la commune ou les communes environnantes.

QUI SONT VOS CLIENTS ? (PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES)



## Des entreprises motrices dans le développement économique et culturel local

Les entreprises de proximité sont pleinement intégrées dans l'écosystème économique local.

Les courants d'affaire sont fréquents avec les entreprises de la commune ou des communes avoisinantes.

45%

Sont clientes d'autres entreprises locales

11%

Ont des partenariats d'affaires

40%

Sont fournisseurs

70%

Valorisent des produits locaux dans leur offre

Les entreprises de proximité sont également actives dans le tissu associatif et soutiennent les événements locaux.

45%

Sont membres d'une association locale non professionnelle

39%

Apportent un soutien financier à des associations locales

28%

Soutiennent financièrement des événements locaux

8%

Soutiennent financièrement des personnalités locales

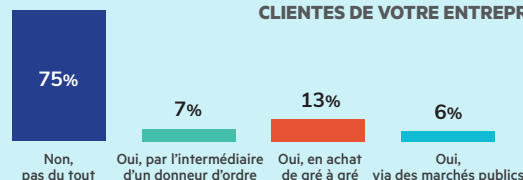
### À retenir pour l'action locale

Les marchés de la commune et de l'intercommunalité peuvent intéresser de nombreuses entreprises locales. Un tiers des entreprises de proximité ont d'ailleurs une clientèle de collectivités ou d'établissements publics.

Selon l'enquête, 25% des entreprises de proximité sont fournisseurs de leur commune ou intercommunalité, principalement en achat de gré à gré (13%).

Des consultations à systématiser auprès de l'ensemble du tissu d'entreprises locales !

LA COMMUNE (OU L'INTERCOMMUNALITÉ) SONT-ELLES CLIENTES DE VOTRE ENTREPRISE ?



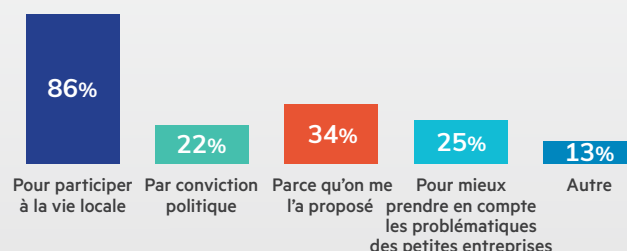
## L'implication dans la gouvernance locale

Les entreprises de proximité sont enfin impliquées dans la gestion communale, motivées en premier lieu par le souhait de participer à la vie locale :

2 545 maires sont artisans, commerçants ou professionnels libéraux, soit 7,5% des maires.

15 000 sont conseillers municipaux.

SI VOUS ÊTES ÉLU LOCAL, POURQUOI AVEZ VOUS CHOISI DE VOUS INVESTIR ? (PLUSIEURS RÉPONSES POSSIBLES)



## Un tissu d'entreprise durable, avec un potentiel de développement

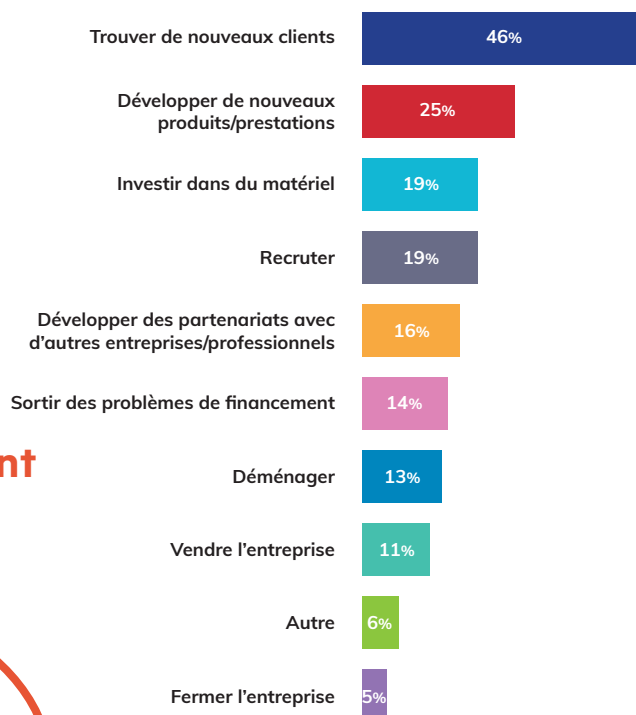
85% des entreprises de proximité sont satisfaites de leur implantation.

Les deux tiers ont une activité en hausse ou stable et ont pour projet de maintenir ou développer leur activité.

Environ 15% des entreprises sont néanmoins en difficulté financière (il s'agit le plus souvent d'entreprises sans salariés).

16% ont un projet de cession d'activité, avec pour 11% un projet de transmission de l'entreprise.

### QUEL EST ACTUELLEMENT VOTRE PRINCIPAL PROJET DE DÉVELOPPEMENT ? (2 RÉPONSES MAX)

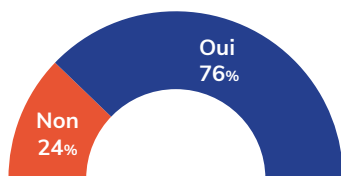


## Trois problématiques de développement et des leviers pour l'action locale

### 1) Des recrutements toujours difficiles à opérer dans les métiers de proximité

Environ 1 entreprise sur 5 a actuellement des projets de recrutement.

Ces recrutements se font prioritairement dans la commune ou les communes environnantes, avec de grandes difficultés dans les 3/4 des cas. La plupart des métiers des secteurs de proximité sont en effet en tension.



### 3) Une crise énergétique très impactante pour 68% des entreprises

Les entreprises de proximité sont sensibles aux aléas sociaux, sanitaires et conjoncturels : la crise énergétique est celle qui touche le plus d'entreprises : 68% (contre 62% pour la crise sanitaire, 25% la crise des gilets jaunes...).

68%

Impactées négativement par la crise énergétique

17%

Souhaitent un accompagnement pour la rénovation énergétique de leurs locaux

### 2) Des collaborations entre entreprises à déployer

Les entreprises de proximité, parce qu'elles sont parfois « invisibles », se connaissent insuffisamment. Les partenariats et les courants d'affaires pourraient donc encore se développer au plan local !

15%

Sont membres d'un club d'entreprise

25%

Des commerçants font partie d'une association de commerçants

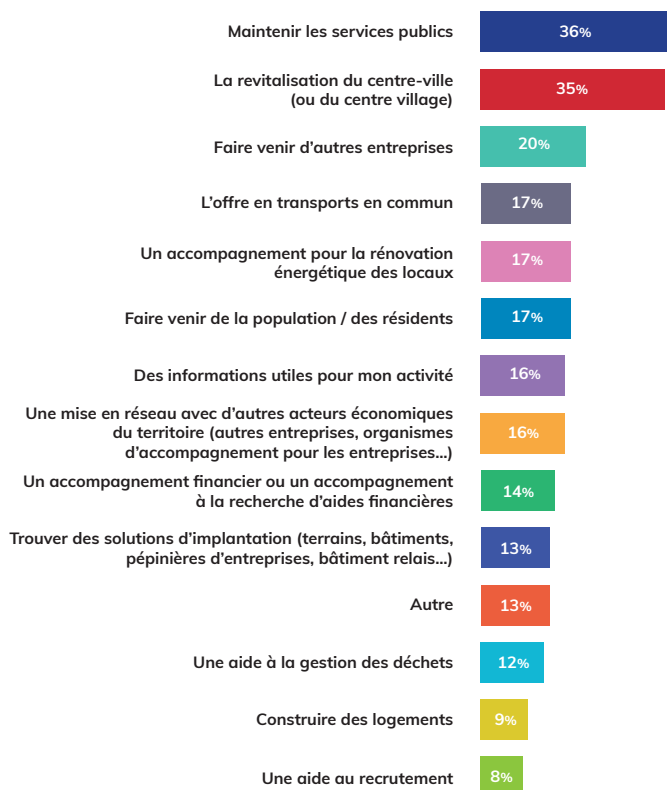
16%

Souhaitent développer des partenariats inter-entreprises

## Deux attentes majeures : le maintien des services publics et la revitalisation du centre ville

Interrogées sur leurs attentes vis-à-vis de l'exécutif local, les entreprises de proximité mettent en priorité les missions de garantir des services publics et d'aménagement, avec une priorité donnée au centre-ville ou centre-bourg. Les besoins d'accompagnement individuels exprimés viennent en second rang.

### QU'ATTENDEZ-VOUS DE LA COMMUNE ET DE L'INTERCOMMUNALITÉ ?



### À retenir pour l'action locale

La moitié des entreprises de proximité n'ont eu aucun contact avec leur mairie depuis 2 ans.

Les liens sont plus étroits dans les unités urbaines de moins de 5000 habitants (64% ont eu un contact) et sont distendus dans les agglomérations de plus de 100.000 habitants (42%).

Les entreprises sont intéressées par la transmission d'informations, les mises en relation... Les consultations doivent être systématisées sur les dossiers sensibles : les transports, la circulation, l'aménagement du centre-ville, l'accès aux soins de santé.

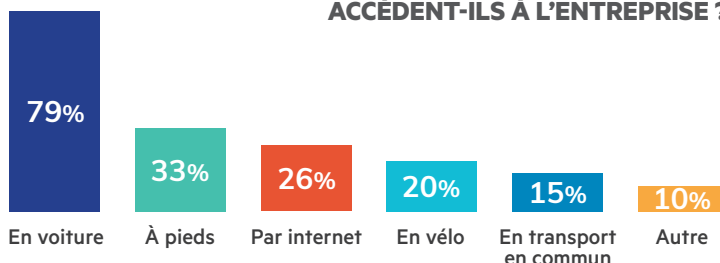
## Points de vigilance forte pour l'action publique locale

### Les principaux motifs d'insatisfaction sont :

- > Les transports publics (36% des entreprises les jugent mauvais ou passables)
- > Le stationnement (31%)
- > Les conditions de circulation (27%)
- > L'accès au logement (27%)
- > L'accès aux services de santé (26%)
- > La qualité de la couverture numérique (principalement en milieu rural).

Les questions de transports et de circulation sont centrales pour les entreprises de proximité, car leurs clients et salariés accèdent à l'entreprise en voiture dans 79% des cas !

### COMMENT LES SALARIÉS ET LES CLIENTS ACCÈDENT-ILS À L'ENTREPRISE ?



1/3

Des centre-villes jugés en déclin

43%

Dans les agglomérations de 20 000 à 100 000 habitants