



Les TPE et leur environnement commercial

Une enquête du baromètre semestriel CGA

Le baromètre CGA a mené l'enquête auprès des dirigeants de TPE afin de savoir comment ils percevaient l'évolution de leur environnement commercial au cours des 3 dernières années et quelles étaient leurs façons de s'y adapter.

Les dirigeants de TPE sont partagés quant à l'évolution de la fréquentation de leur point de vente

37,5% des sondés estiment que le nombre moyen de clients est en baisse. Il est en hausse pour 22% et stable pour 31%. Cette perception n'a absolument pas évolué depuis 2008, date du dernier sondage. L'âge moyen de cette clientèle reste stable pour 61% des chefs d'entreprise.

Une clientèle plus exigeante

Et cela pour près de 58% des sondés. La perception de cette exigence a été totalement bouleversée en près de 3 ans : Ils n'étaient que 14% à trouver leur clientèle plus exigeante en 2008.

Les dirigeants interrogés s'accordent aussi, près de 58%, pour estimer que leurs clients restent fidèles. Ils sont moins nombreux qu'en 2008 à penser que cette fidélité est en hausse, 13% contre 20% en 2008.

Panier moyen en baisse dans le commerce et carnet de commandes stable dans le bâtiment

Comme en 2008, le panier moyen dans le commerce et les services est jugé en baisse pour 37% des personnes interrogées. Près de 30% des sondés ont cependant du mal à apprécier son évolution et ne se prononcent pas. 50% des artisans s'accor-

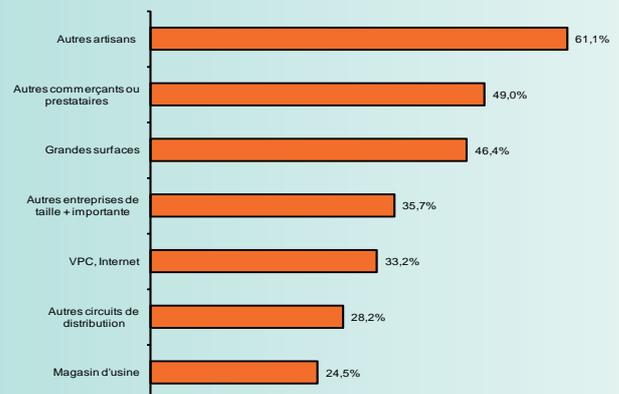
dent à estimer stables leurs carnets de commandes. Ces derniers sont considérés en baisse pour 31% d'entre eux. Le nombre de devis est par ailleurs jugé en hausse pour 32%, stable pour 39% et en baisse pour 23%. Cette perception reste identique à celle mesurée en 2008.

Concurrence : d'abord les collègues

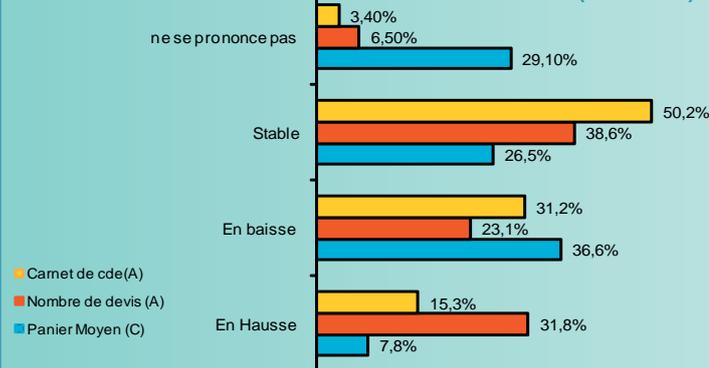
Comme lors de la dernière enquête menée il y a 3 ans, les



Comment les TPE perçoivent-elle leur concurrence ?



Perception de l'évolution du panier moyen (commerce et services), du carnet de commandes et du nombre de devis (artisanat)



chefs d'entreprise perçoivent les autres commerçants et artisans comme leurs principaux concurrents. Cette perception est plus accrue pour les artisans que pour les commerçants. Ils sont suivis des grandes surfaces, 46,4%. La VPC et internet sont plus fortement ressentis comme des

concurrents potentiels qu'en 2008.

Un environnement subit ?

Les priorités des artisans et commerçants pour s'adapter à leur environnement commercial n'a pas beaucoup évolué entre les deux enquêtes.

Pour 27% des sondés, la mise en place d'actions de fidélisation et de communication fait partie des actions prioritaires à développer. Pour 14%, la priorité est donnée à la modification de la politique de prix, pour 16% ce sera la modification de la gamme de produits ou de services et enfin pour 19%, ce sera la mise en place de prestations nouvelles. Près de la moitié des chefs d'entreprise ne semble toutefois pas avoir d'objectifs prioritaires en marketing mix. ■

* sondage identique effectué en septembre 2008.