

Baromètre TPE/PME American Express 2013

Des entrepreneurs français lucides et plus que jamais mobilisés face à la situation économique

Paris, le 13 juin 2013 : American Express publie la 2^{ème} édition de son baromètre dédié aux TPE/PME françaises et retranscrit, en particulier, la perception des entrepreneurs français, plus pessimistes que leurs voisins européens. Au menu des réjouissances pour le second semestre 2013 : croissance en berne pour le reste de l'année et focus sur la stratégie pour relever le défi de la conquête de nouveaux clients. Trésorerie et fiscalité restent leurs principaux chevaux de bataille. Enfin, même si le climat reste difficile et qu'ils ne l'ont jamais autant ressenti en termes d'efforts redoublés, les entrepreneurs ne regrettent pas leur choix.

Une croissance en demi-teinte

La plupart des dirigeants interrogés déclarent que **leurs résultats depuis le début de l'année ont été conformes à leurs attentes** : 64% en Angleterre, 51% en France et 48% en Italie. Alors que pour les autres pays, elle est restée à l'identique, on enregistre **une croissance de 1 à 5 % pour plus d'un quart des dirigeants français (26%)** même s'il est vrai qu'en 2012, 39% d'entre eux prévoyaient une légère croissance en novembre 2012 ([cf 1^{ère} édition du baromètre](#)).

En revanche, changement de ton en ce qui concerne le second semestre. Sur l'ensemble des pays interrogés, les dirigeants français sont les plus pessimistes : selon **86% d'entre eux, les conditions économiques vont rester les mêmes ou se dégrader dans les 6 mois à venir**.

L'acquisition client, le vrai défi de 2013

Dans les 6 prochains mois donc, le **principal focus pour les dirigeants de l'ensemble des pays sera de conquérir de nouveaux clients** (78% en France) avec des opportunités de croissance essentiellement locales et nationales (68% en France).

Et si, pour 50% d'entre eux, il est relativement délicat de retenir ses clients existants, pour la plupart des pays interrogés en revanche, **le fait de trouver de nouveaux clients s'avère être un véritable défi (87% en France)**.

Le principal canal d'acquisition est le bouche à oreille (71% en France), viennent ensuite la publicité (42%) et les relations publiques (36%). Encore marginale en France, l'utilisation des réseaux sociaux a quant à elle sensiblement augmenté (près de 3 points vs 2012).

Ainsi, 6 à 7 ventes sur 10 sont générées en face à face ou en magasin selon 19% des dirigeants français interrogés. En France, le web a, là encore, une forte marge de progression loin derrière tous les autres pays interrogés.

Enfin, lorsqu'on les interroge sur leurs vœux pour les 6 mois à venir, la plupart des dirigeants interrogés souhaitent trouver de nouvelles opportunités ou diversifier leur activité (60% en Italie, 52% en Angleterre, 45% en France).

Quant à leurs desideratas sur les 10 ans à venir, l'ensemble des pays interrogés aimeraient voir croître leur activité de plus de 20%.

Plus de stratégie

Selon les dirigeants français, **la relation client est le domaine auquel ils consacrent actuellement le plus de temps** (62%), puis le suivi commercial (51%) et enfin l'administratif (46%). La relation client est également en tête pour les autres pays. Elle n'arrive qu'en troisième position pour l'Angleterre (44%) qui place avant tout l'administratif (55%) et la stratégie (49%).

Contrairement à l'année dernière, la discipline à laquelle les dirigeants français aimeraient réserver plus de temps est la stratégie (pour 50% d'entre eux), suivie de la relation client (47%) et du marketing (44%).

Les freins à la croissance

La baisse de la demande client, la récession et la crise de l'euro arrivent en tête des principaux freins à la croissance pour l'ensemble des pays. Une tendance identique à 2012. En France, la nécessité de maintenir le niveau de financement est également un frein majeur selon 46% des dirigeants interrogés.

La fiscalité : l'une des premières préoccupations

Le plus grand défi de l'hexagone reste avant tout la fiscalité pour 77% d'entre eux. Viennent ensuite la nécessité d'assurer un fonds de roulement suffisant (51%), la compétitivité (48%) et enfin le besoin de financements pour se développer (41%). Chèques et virements ont toujours la cote en France, mais quand nos entrepreneurs choisissent **une carte de paiement professionnelle c'est avant tout pour la gestion des dépenses de la trésorerie...** que 6 dirigeants sur 10 surveillent quotidiennement.

Devenir son propre patron : un choix assumé

Créer sa propre entreprise pour faire un travail qu'on aime (75% en France) et devenir son propre patron pour prendre ses propres décisions (72%) est universel.

Mais cette année plus que jamais, **les dirigeants déclarent en majorité travailler pour maintenir leur activité (30% en France)... quitte à renoncer à ses vacances pour plus d'un 1 dirigeant français sur 2**, ce qui est nouveau dans le baromètre. Cela ne les empêche pas d'assumer leur choix puisque **9 dirigeants français sur 10 s'estiment épanouis, voire très épanouis, dans leur travail !**

A propos du baromètre TPE/PME American Express 2013

Le baromètre TPE/PME American Express a été réalisé en partenariat avec Toluna entre le 8 et le 15 Mai 2013, sur un échantillon de 250 décideurs français de TPE PME, qualifiés d'administrateurs ou dirigeants (par exemple: PDG, DSI, directeurs financiers) dans des entreprises de moins de 100 employés

A propos d'American Express

American Express Company est un groupe international présent dans le voyage et les services financiers. Fondé en 1850, il occupe des positions de premier plan dans les cartes de paiement et de crédit, les chèques de voyage, le voyage et les produits d'assurance.

American Express est à la fois un réseau d'acceptation et la première société non bancaire émettrice de cartes de paiement au monde, en termes de nombre de cartes (plus de 102 millions de cartes en circulation et acceptées dans plus de 200 pays) et de montant de dépenses (888 milliards de dollars) – chiffres à fin 2012. www.americanexpress.fr

Contacts Presse :

Béatrice Hervieu

Tél : 01 47 77 35 45

comfr@aexp.com

www.americanexpress.fr/presse

<http://americanexpressfrance.blogspot.com/>

<https://fr-fr.facebook.com/AmericanExpressFrance>

Chrystelle Castellani

Tél : 01 47 77 30 31