

*“opinionway*

**BDO**

pour

**Challenge<sup>s</sup>**

# **Baromètre BDO - OpinionWay - Challenges de la confiance des PME-ETI**

122ème édition – Décembre 2022 | Rapport



**ESOMAR<sup>22</sup>**  
Corporate





# La méthodologie



# “ La méthodologie de l'enquête

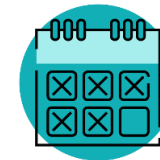


Étude quantitative réalisée auprès d'un échantillon de **300 dirigeant(e)s d'entreprises** (PDG, DG, DAF, ...) dont le chiffre d'affaires est compris entre 15 et 500 millions d'euros.

La représentativité de l'échantillon a été assurée par un redressement sur les données de **secteurs d'activité** et de **taille salariale**.



L'échantillon a été interrogé par **téléphone sous système CATI** par notre partenaire Ariane Etudes.



L'échantillon a été interrogé du **7 au 18 novembre 2022**.



OpinionWay a réalisé cette enquête en appliquant les procédures et règles de la **norme ISO 20252**



Les résultats de ce sondage doivent être lus en tenant compte des marges d'incertitude : 5,7 au plus pour un échantillon de 300 répondants.



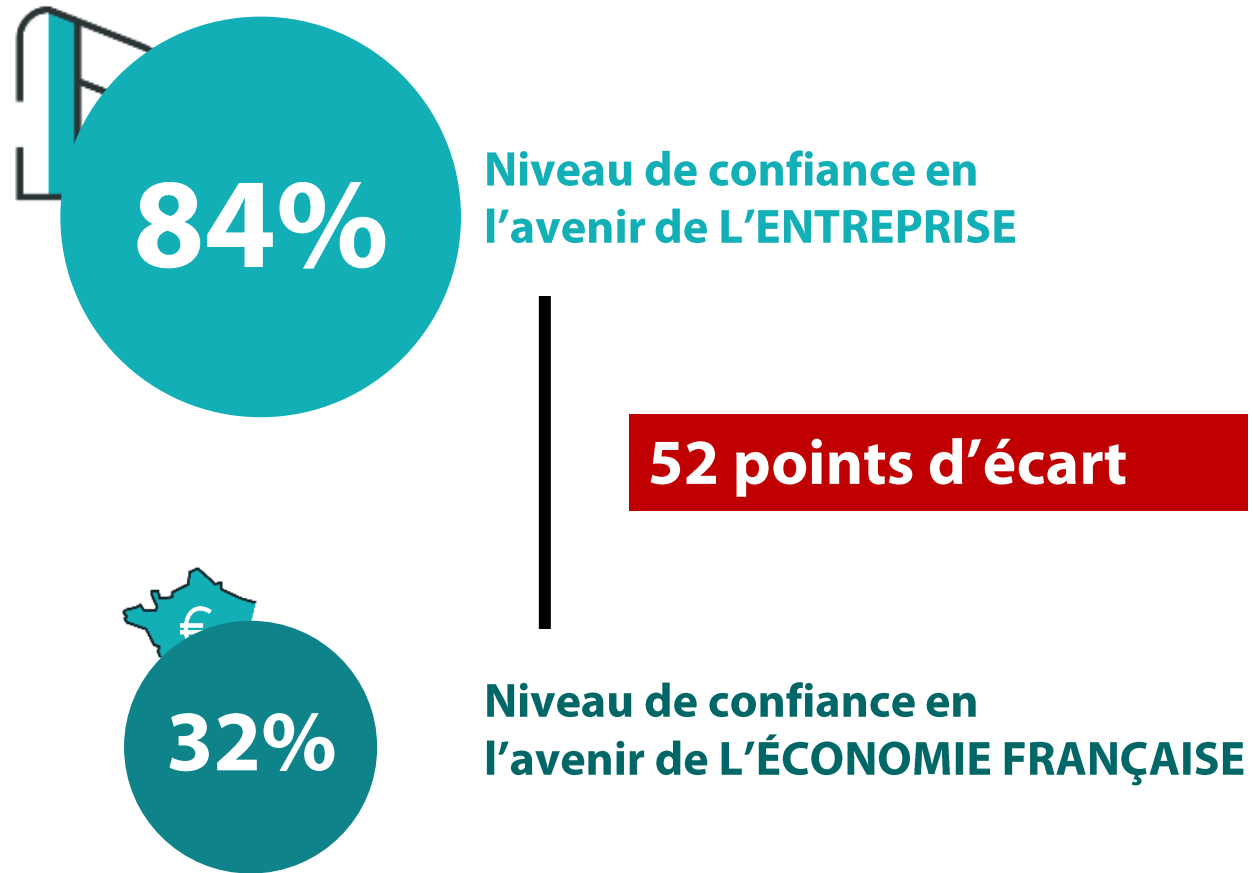
**Toute publication totale ou partielle doit impérativement utiliser la mention complète suivante :**  
**« Baromètre BDO-OpinionWay-Challenges de la confiance des PME-ETI »**  
**et aucune reprise de l'enquête ne pourra être dissociée de cet intitulé.**



# L'analyse



**Chiffre à retenir pour le mois de décembre : le plus grand écart jamais enregistré depuis décembre 2019**





# Chiffre de l'année 2022

Plus haut taux enregistré  
durant l'année 2022

75%

75% des dirigeant(e)s citent  
l'**INFLATION** comme étant le fait  
marquant des 12 prochains mois

Et donc de l'année 2023!



# Synthèse des résultats – Décembre 2022

## Les dirigeants témoignent d'une immuable confiance envers leur entreprise, mais se montrent en revanche moins sereins sur le plan macroéconomique.

- La confiance des dirigeant(e)s envers leurs entreprises continue son ascension, mais perd sensiblement de sa véhémence avec un extrême positif «très confiant(e)» qui baisse en tendance de 3 points et passe de 7% (novembre 2022) à 4% (décembre 2022).
- Après un léger regain de confiance envers l'économie française et mondiale observé en novembre, les taux chutent sensiblement en cette fin d'année et perdent respectivement 3 et 2 points - la confiance en l'économie française & mondiale enregistre son taux le plus bas cette année. Des niveaux de confiance en dents de scie depuis la rentrée 2022 marqués par des tensions géopolitiques persistantes qui soufflent le chaud et le froid.
- Nous notons également une hausse de la part des dirigeant(e)s « très inquiet(e)s » concernant l'économie française (+4 points, 8%), une préoccupation résultante d'une concaténation d'événements : forte inflation, pénurie énergétique, risque de récession, ralentissement de la croissance du PIB, signaux d'alerte du FMI, ...

## Une intention d'embauche qui s'amoindrit et des projets qui se concrétisent davantage.

- L'intention d'embauche décroît et s'affaiblit en tendance ; une décroissance symbolisée par une baisse de 6 points (14% vs 20% en novembre 2022) entraînant ainsi une chute du ratio d'emploi (%augmenter – %réduire le nombre de salarié(e)s : +11) et témoignant de la mise en place d'un mécanisme de défense face aux difficultés qui se présentent pour les mois à venir.
- La difficulté de recrutement durant ce quatrième trimestre n'épargne aucune industrie, ce qui conduit davantage les entreprises à repenser et à se concentrer sur des sujets de fonds relatifs à leur identité et image ; tels que la raison d'être et l'adoption de démarches responsables et sociales.
- Dans le détail, les actions environnementales restent les plus largement instaurées et adoptées (+10 points, 93%) suivies des actions sociales (+12 points, 85%), d'une charte des pratiques responsables (+19 points, 72%) et de l'élaboration de la raison d'être (+14 points, 58%) un projet d'envergure qui prend plus de temps à être définitivement implémenté.
- Avec, notons-le tout de même, plus de la moitié des dirigeant(e)s ayant déjà simultanément mis en place toutes ces actions (+21 points, 52%).

## L'inflation est in fine le sujet le plus marquant de l'année 2022.

- L'inflation préoccupe toujours l'esprit de 3 quarts des dirigeant(e)s (+13 points – plus haut taux enregistré cette année) – le sujet aura donc été la principale hantise des chefs d'entreprise durant ces 12 mois présageant ainsi une année 2023 marquée par le spectre de la récession.



**01**

RÉSULTATS



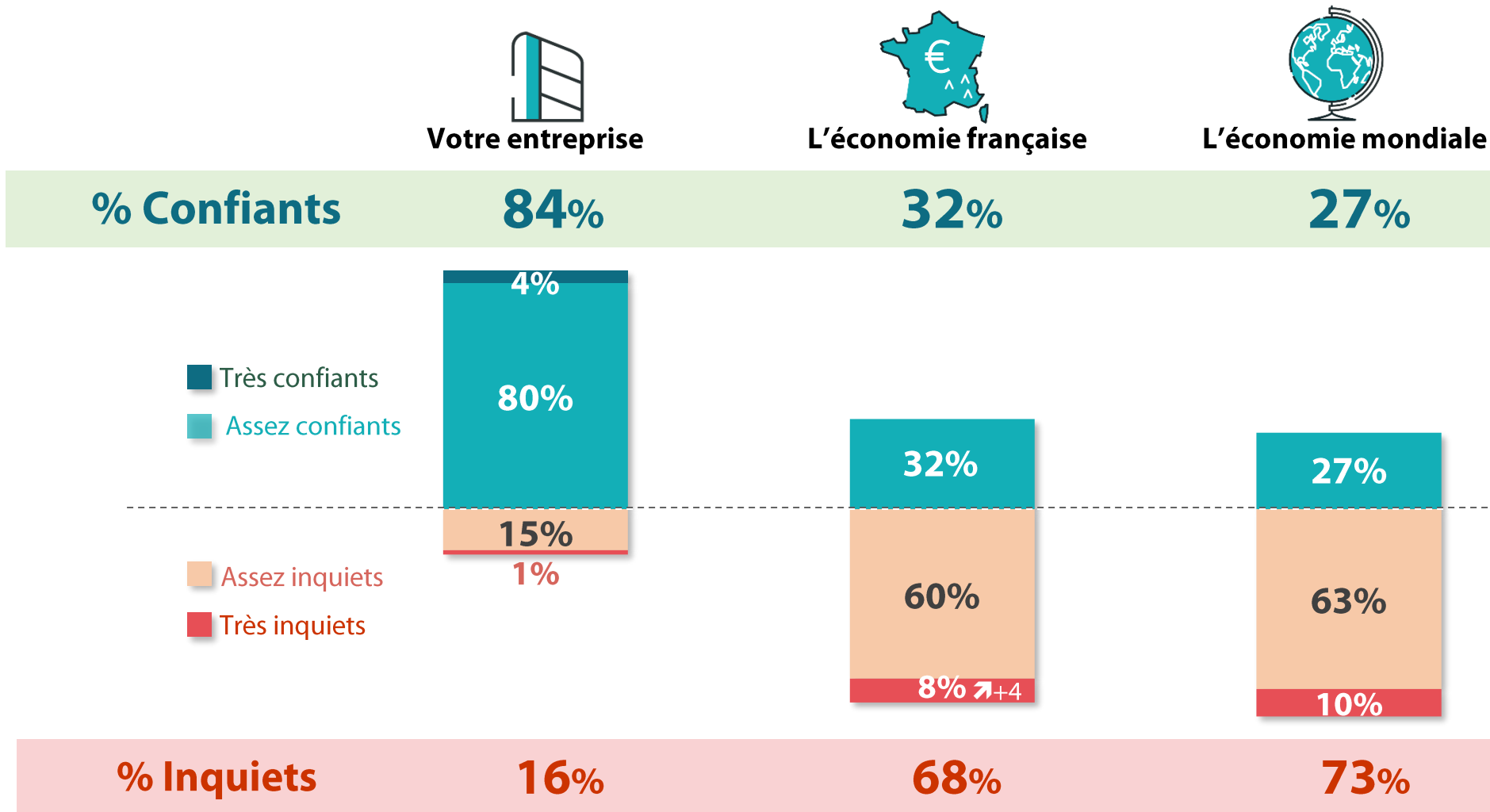


# “ Indicateurs de confiance



300 entreprises

Q1. Concernant les perspectives des 6 prochains mois, diriez-vous que vous êtes très confiant, assez confiant, assez inquiet, très inquiet, pour...



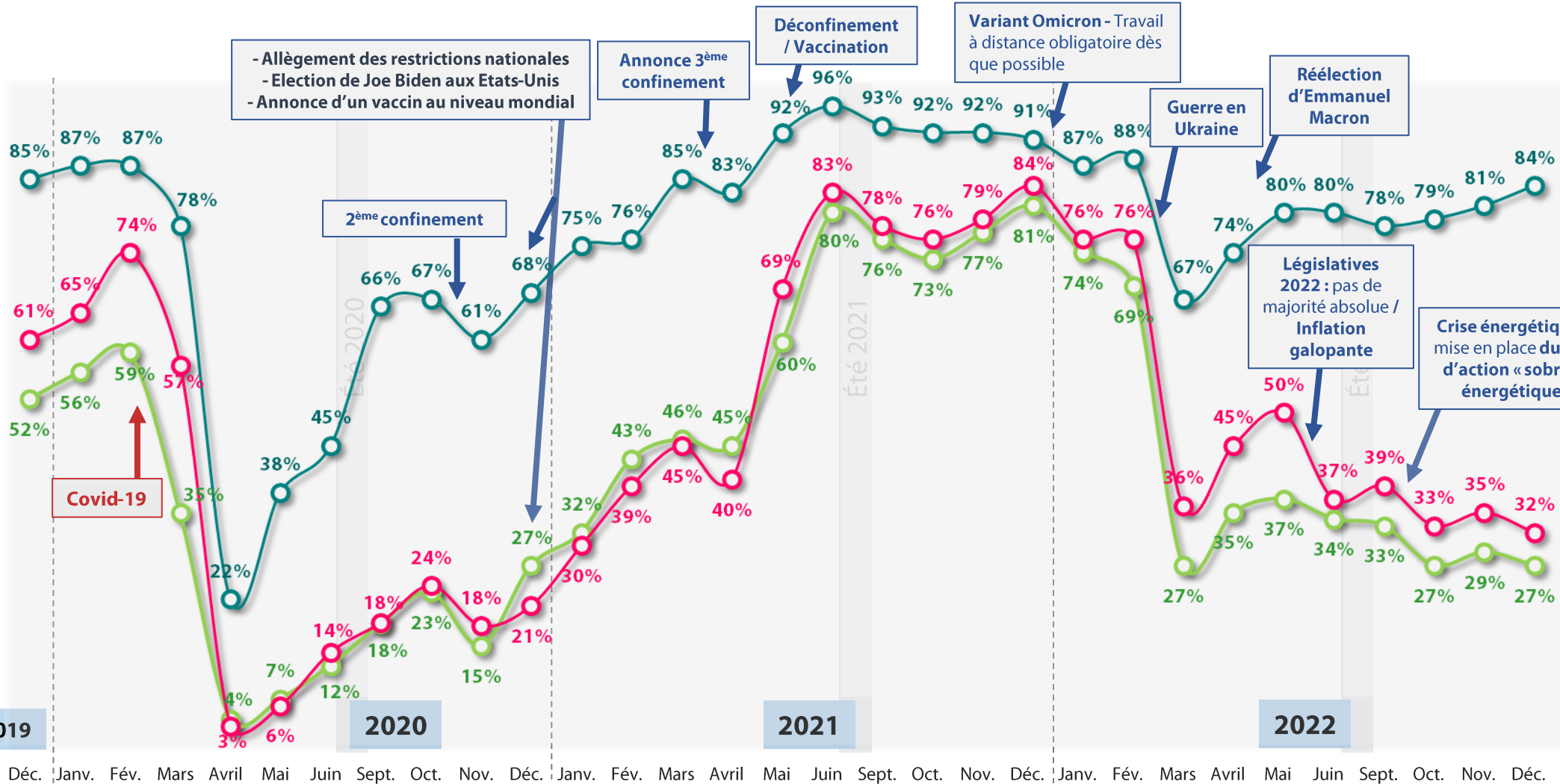


# Evolution des indicateurs de confiance



300 entreprises

Q1. Concernant les perspectives des 6 prochains mois, diriez-vous que vous êtes très confiant, assez confiant, assez inquiet, très inquiet, pour...



Votre entreprise



L'économie française



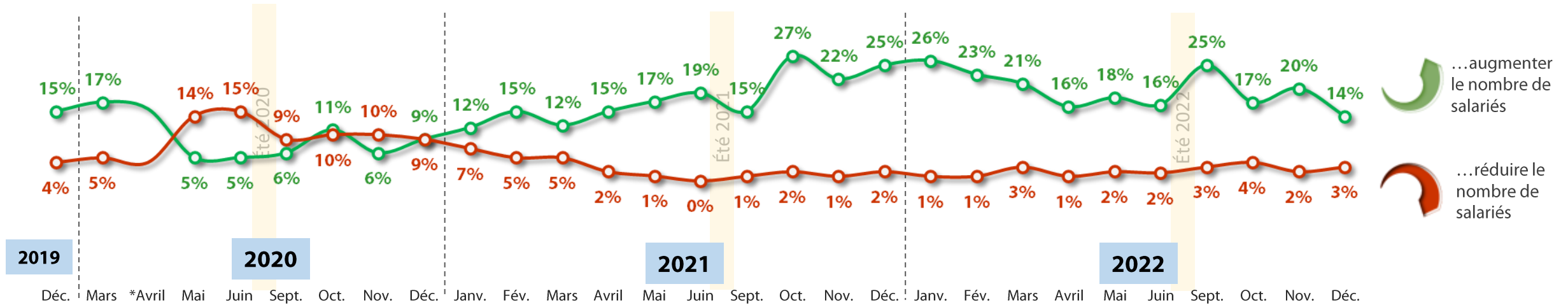
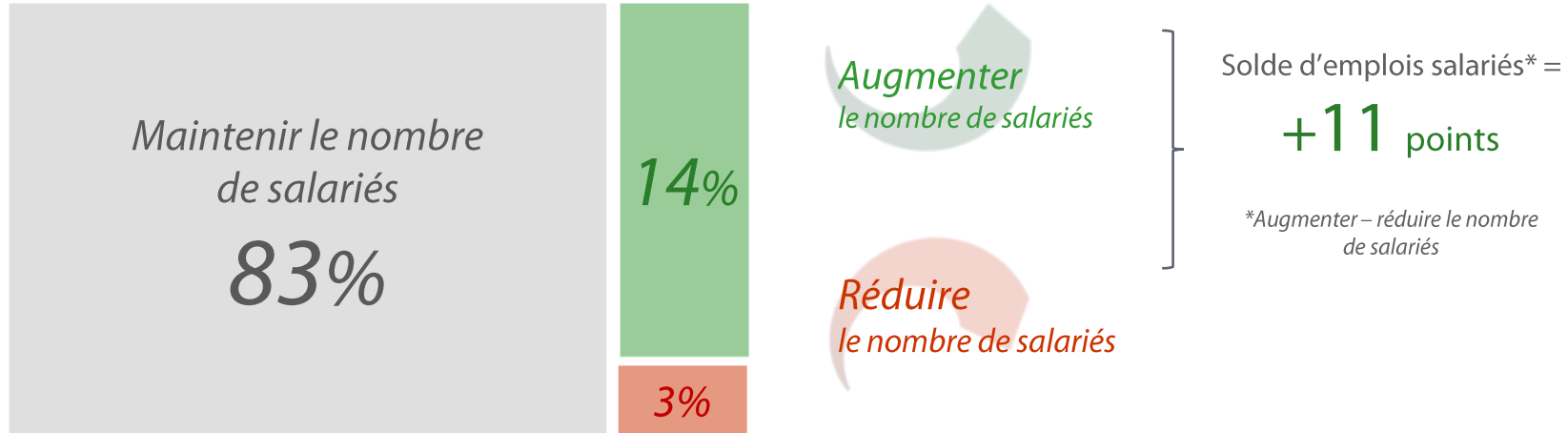
L'économie mondiale

# Prévisions de l'évolution de l'emploi salarié à 6 mois



300 entreprises

Q4. Au cours des 6 prochains mois, votre entreprise envisage-t-elle de... ?



\*Indicateur non mesuré en Avril 2020

Pas d'évolutions significatives par rapport à la vague précédente



# Les actions mises en place



300 entreprises

Q221. Avez-vous déjà **mis en œuvre dans votre entreprise** un ou plusieurs des types d'actions suivants ?

Nouvelle question 2022

Rappel novembre 2022

Total mis en œuvre ou en projet

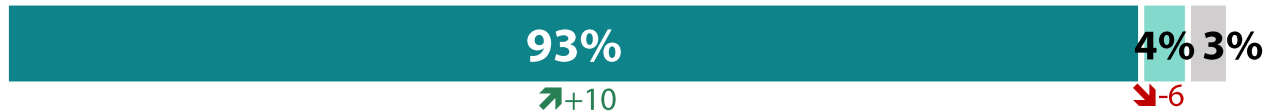
■ Oui ■ Non, mais c'est en projet pour être lancé dans les 6 prochains mois ■ Non, ce n'est pas prévu ■ Ne sait pas

### Actions environnementales :

lutte contre le gaspillage, recyclage des déchets, politique de transport favorisant des moyens moins polluants

94%

97%

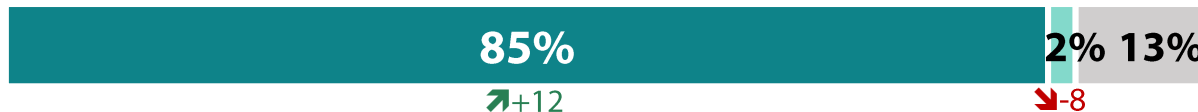


### Actions sociales :

lutte contre les discriminations, réduction des écarts de salaire, actionnariat salarié, reversement d'un % du CA à une ONG

82%

87%



Elaboration d'une **charte des pratiques responsables**

73%

83% ↗+10



Elaboration d'une **raison d'être** pour l'entreprise

63%

71% ↗+8  
+ de 100 millions de CA : 92%



Au moins une action mise en œuvre : 97% ↗+6  
 Les 4 actions : 52% ↗+21  
 Moyenne des actions : 3,1 ↗+0,6

↗ ↘ significativement supérieur/inférieur par rapport à la vague précédente



# Evolution des actions mises en place



300 entreprises

Q221. Avez-vous déjà **mis en œuvre dans votre entreprise** un ou plusieurs des types d'actions suivants ?

Nouvelle question 2022

**Total mis en œuvre ou en projet**

### Actions environnementales:

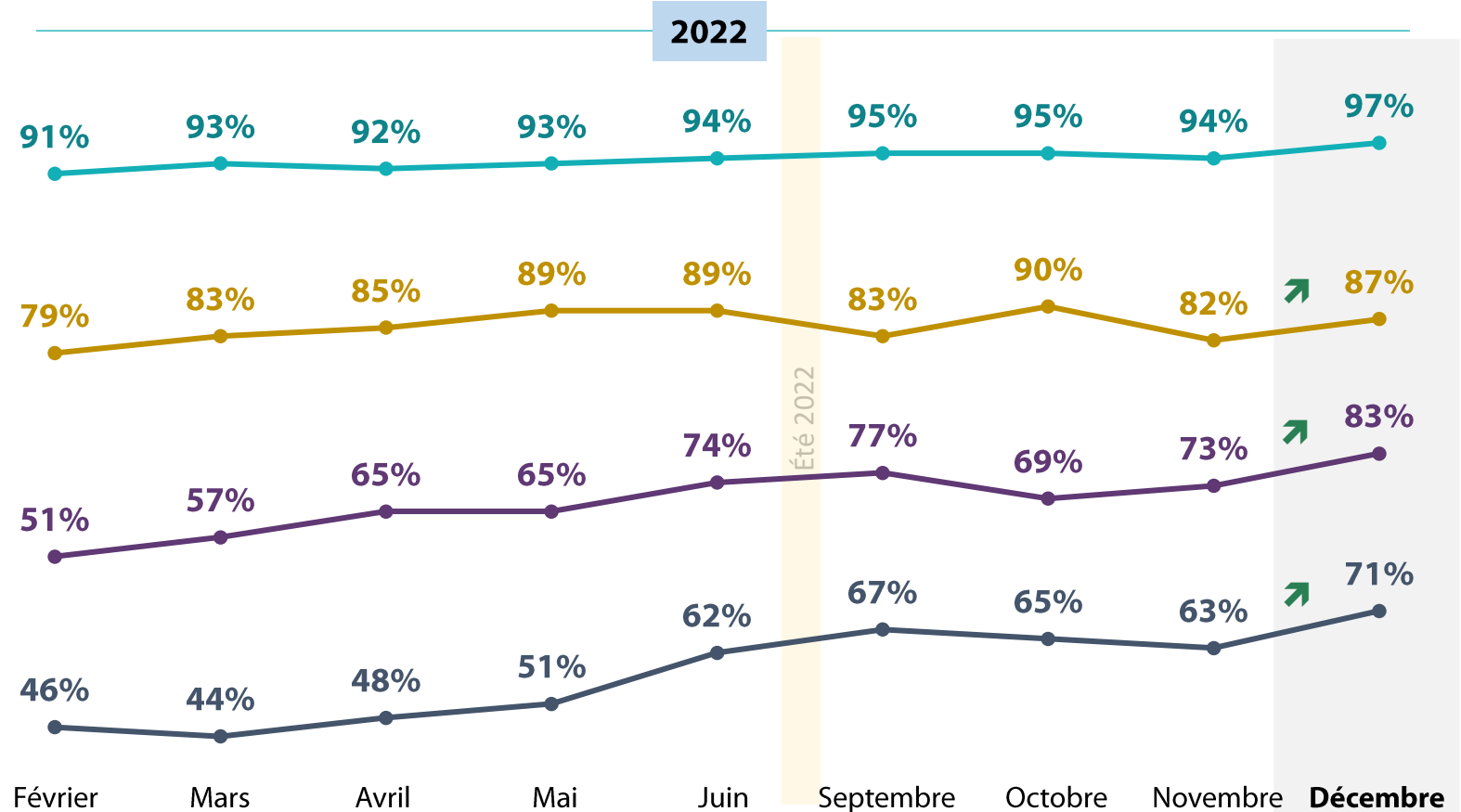
lutte contre le gaspillage, recyclage des déchets, politique de transport favorisant des moyens moins polluants

### Actions sociales:

lutte contre les discriminations, réduction des écarts de salaire, actionnariat salarié, reversement d'un % du CA à une ONG

Elaboration d'une **charte des pratiques responsables**

Elaboration d'une **raison d'être** pour l'entreprise



↗ ↘ significativement supérieur/inférieur par rapport à la vague précédente



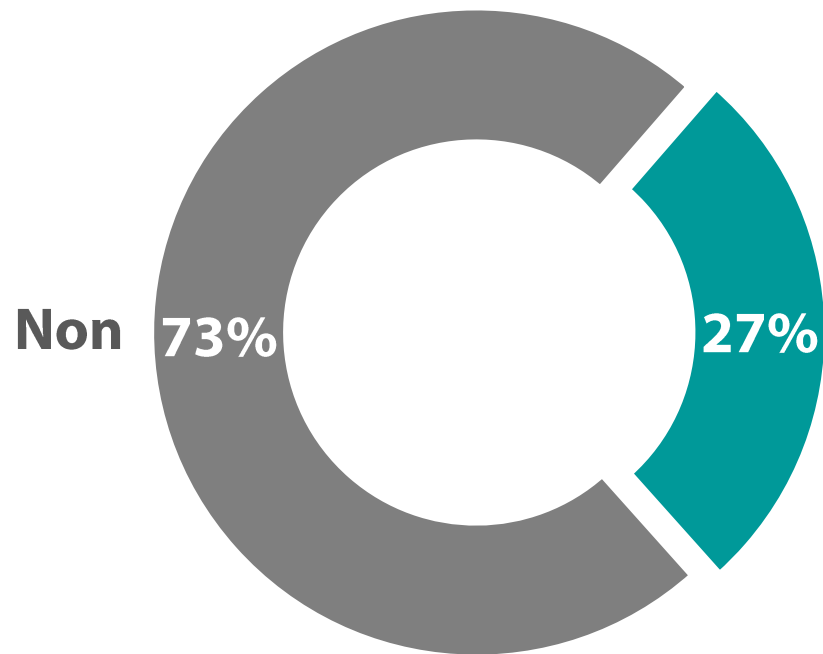
# Le développement à l'international



300 entreprises

Q222. Avez-vous l'intention de **développer votre activité à l'international** au cours des 12 prochains mois ?

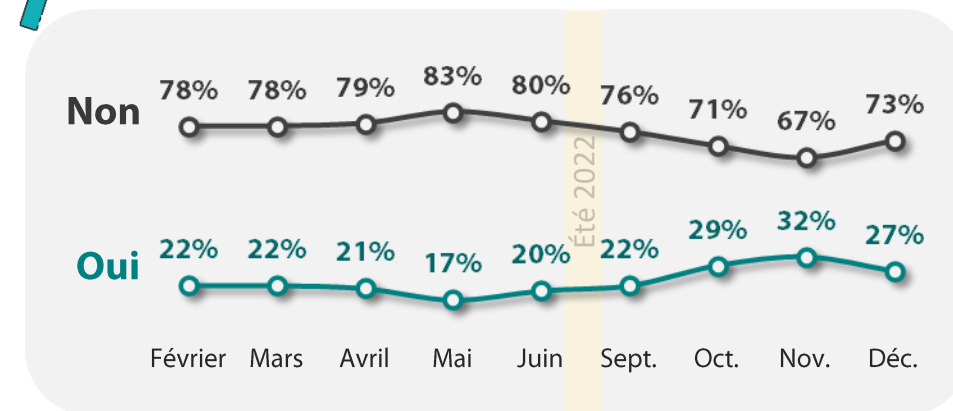
Nouvelle question 2022



**Oui, ont l'intention de développer leur activité à l'international au cours des 12 prochains mois**



Evolution d'un potentiel développement à l'international



Pas d'évolutions significatives par rapport à la vague précédente



# Les principaux sujets des 12 prochains mois

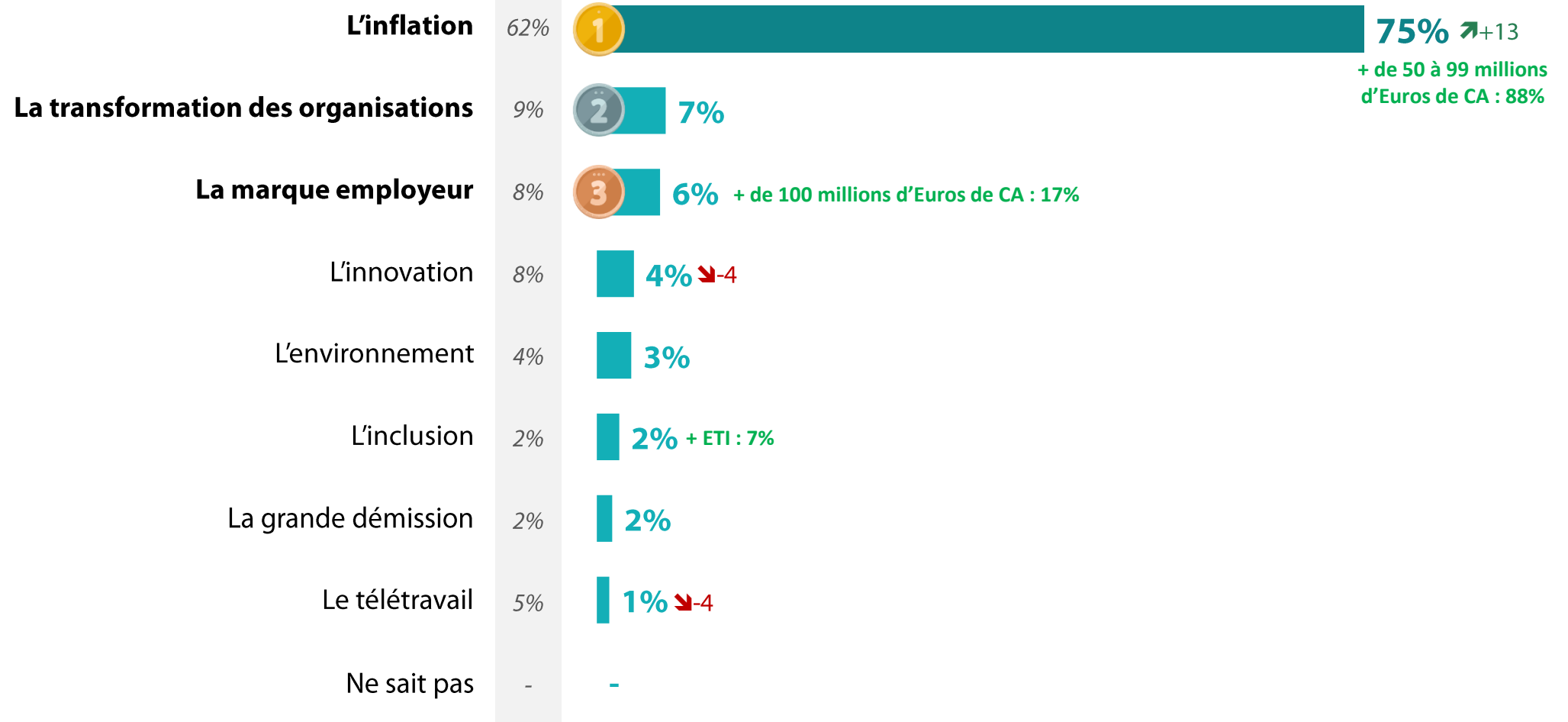


300 entreprises

Q223. Enfin, selon vous, quel sera le fait marquant des 12 prochains mois pour votre entreprise ?

Nouvelle question 2022

Rappel novembre



↗ ↘ significativement supérieur/inférieur par rapport à la vague précédente



# Les sujets des 12 prochains mois



300 entreprises

Q223. Enfin, selon vous, quel sera le fait marquant des 12 prochains mois pour votre entreprise ?

Nouvelle question 2022

2022

	Février	Mars	Avril	Mai	Jun	Eté	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre
<b>L'inflation</b>	32%	53%	58%	56%	66%		53%	65%	62%	↗ 75%
<b>La transformation des organisations</b>	15%	11%	8%	13%	8%		12%	10%	9%	7%
<b>La marque employeur</b>	7%	8%	7%	10%	9%		7%	5%	8%	6%
<b>L'innovation</b>	25%	13%	13%	13%	9%		8%	6%	8%	↘ 4%
<b>L'environnement</b>	10%	9%	9%	4%	4%		11%	3%	4%	3%
<b>L'inclusion</b>	3%	2%	1%	1%	1%		1%	3%	2%	2%
<b>La grande démission</b>	1%	0%	1%	2%	2%		3%	4%	2%	2%
<b>Le télétravail</b>	6%	3%	2%	1%	1%		5%	3%	5%	↘ 1%

Pas d'évolutions significatives par rapport à la vague précédente





**02**

Profil de l'échantillon

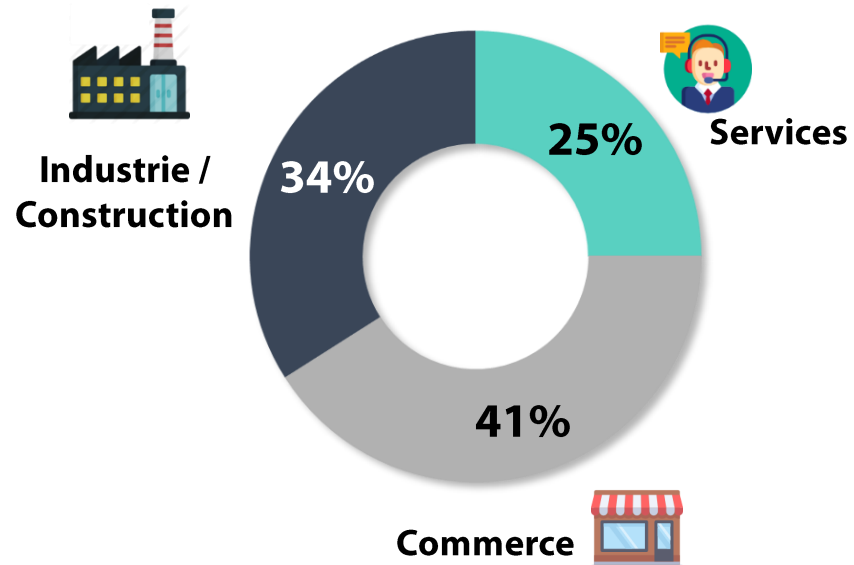


# “ Profil de l'échantillon

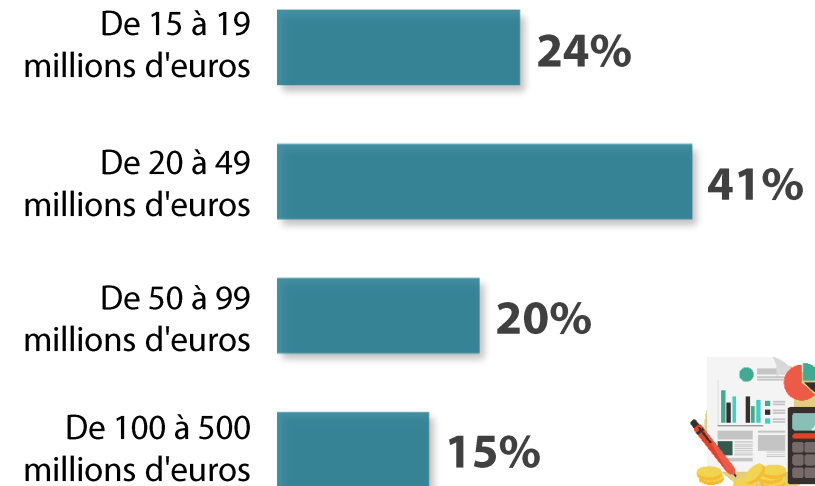


300 entreprises

## S2. Secteur d'activité de l'entreprise



## S3. Quel est approximativement le chiffre d'affaires que vous avez réalisé en 2021 en millions d'euros ?



Pas d'évolutions significatives par rapport à la vague précédente

# WE ARE DIGITAL !

**Fondé en 2000 sur cette idée radicalement innovante pour l'époque, OpinionWay a été précurseur dans le renouvellement des pratiques de la profession des études marketing et d'opinion.**

Forte d'une croissance continue depuis sa création, l'entreprise n'a eu de cesse de s'ouvrir vers de nouveaux horizons pour mieux adresser toutes les problématiques marketing et sociétales, en intégrant à ses méthodologies le Social Média Intelligence, l'exploitation de la smart data, les dynamiques créatives de co-construction, les approches communautaires et le storytelling.

Aujourd'hui OpinionWay poursuit sa dynamique de croissance en s'implantant géographiquement sur des zones à fort potentiel que sont l'Europe de l'Est et l'Afrique.



## RENDRE LE MONDE INTELLIGIBLE POUR AGIR AUJOURD'HUI ET IMAGINER DEMAIN

**C'est la mission qui anime les collaborateurs d'OpinionWay et qui fonde la relation qu'ils tissent avec leurs clients.**

Le plaisir ressenti à apporter les réponses aux questions qu'ils se posent, à réduire l'incertitude sur les décisions à prendre, à tracker les insights pertinents et à co-construire les solutions d'avenir, nourrit tous les projets sur lesquels ils interviennent.

Cet enthousiasme associé à un véritable goût pour l'innovation et la transmission expliquent que nos clients expriment une haute satisfaction après chaque collaboration - 8,9/10, et un fort taux de recommandation – 3,88/4.

Le plaisir, l'engagement et la stimulation intellectuelle sont les trois mantras de nos interventions.





**RESTONS CONNECTÉS !**

[www.opinion-way.com](http://www.opinion-way.com)



**Envie d'aller plus loin ?**

Recevez chaque semaine nos derniers résultats d'études dans votre boîte mail en vous abonnant à notre

**[newsletter !](#)**

**“opinionway**

15 place de la République  
75003 Paris

PARIS  
CASABLANCA  
ALGER  
VARSOVIE  
ABIDJAN

**vos contacts**

**Stéphane Lefebvre-Mazurel**

Directeur Général Adjoint  
+33 1 81 81 83 48 / +33 6 76 92 66 43  
[slefebvre@opinion-way.com](mailto:slefebvre@opinion-way.com)

**Yasmina Sehaqui**

Chef de projet  
+33 1 81 81 83 61  
[ysehaqui@opinion-way.com](mailto:ysehaqui@opinion-way.com)