

*“opinionway*

**BDO**

pour

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

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

121ème édition – Novembre 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 **10 au 21 octobre 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



**46%** des dirigeant(e)s d'industries déclarent avoir l'intention de développer leur activité à l'international au cours des 12 prochains mois

Durant la crise de la covid, la nécessité de sourcing a incité les industries à se lancer dans la recherche de nouveaux fournisseurs, idéalement sur le territoire français afin d'éviter de rester tributaire de certains pays et d'ainsi limiter, entre autres les coûts de transport et les délais de livraison. Cependant, avec l'avènement de la crise énergétique en plus de l'inflation, nombreuses sont les entreprises contraintes de revoir leur processus de production, mais également d'investir de nouveaux marchés afin de booster un marché domestique français fortement concentré et une concurrence hyper fragmentée.



# Synthèse des résultats – Novembre 2022

## La confiance des dirigeants s'améliore en tendance mais reste toujours en dessous du niveau exprimé avant l'invasion russe en Ukraine

- Après une rentrée mouvementée et ponctuée par des prévisions inquiétantes : crise énergétique, projets de loi à défendre face à une opposition majoritaire, inflation et autres conséquences de la guerre en Ukraine – les dirigeants continuent de croire en la performance de leur entreprise (+2 point, 81%) – une rentabilité positive des entreprises est-elle entrain de se présager cette année à l'instar de TotalEnergies qui annonce le versement de dividendes exceptionnels ?
- Sur le plan macroéconomique, la confiance en l'économie française et mondiale se restaure très légèrement (respectivement 35%/+2 points et 29%/+2 points) mais sans pour autant atteindre les niveaux connus en tout début d'année – persistance d'un climat géopolitique toujours très tendu.

## Un léger regain de confiance qui se répercute mécaniquement sur les intentions d'embauches – en tendance à la hausse

- Malgré la difficulté de la période et les craintes de récession en 2023, une part infinitésimale de dirigeants envisage une baisse de ses effectifs dans les 6 prochains mois (2%, -2 points).
- La volonté d'embauche gagne quant à elle 3 points en tendance (20%) – un chiffre qui va dans le sens d'un désir de « plein-emploi » exprimé par le gouvernement.

## L'inflation reste immuablement le principal fait marquant qui hante l'esprit des dirigeants français

- L'inflation reste le principal fait marquant des 12 prochains mois malgré un léger recul (62%, -3 points). Des entreprises qui gardent également en tête des sujets de renouvellement tels que la transformation des organisations, l'innovation et la marque employeur; des thématiques sur lesquelles les patrons ont plus d'emprise.

## Les chartes des pratiques responsables sont désormais totalement intégrées au sein des entreprises

- Après la phase de conception, nombreuses sont les entreprises à déclarer avoir effectivement mis en place une charte des pratiques responsables (53%, +12 points), une urgence d'agir provoquée notamment par la crise climatique et énergétique. Les actions sociales (réduction des écarts de salaire, actionnariat salarié, reversement d'un % du CA à une ONG) sont moins adoptées, un levier pour les entreprises de contrer les effets de l'inflation et d'en réduire momentanément les effets.



**01**

RÉSULTATS

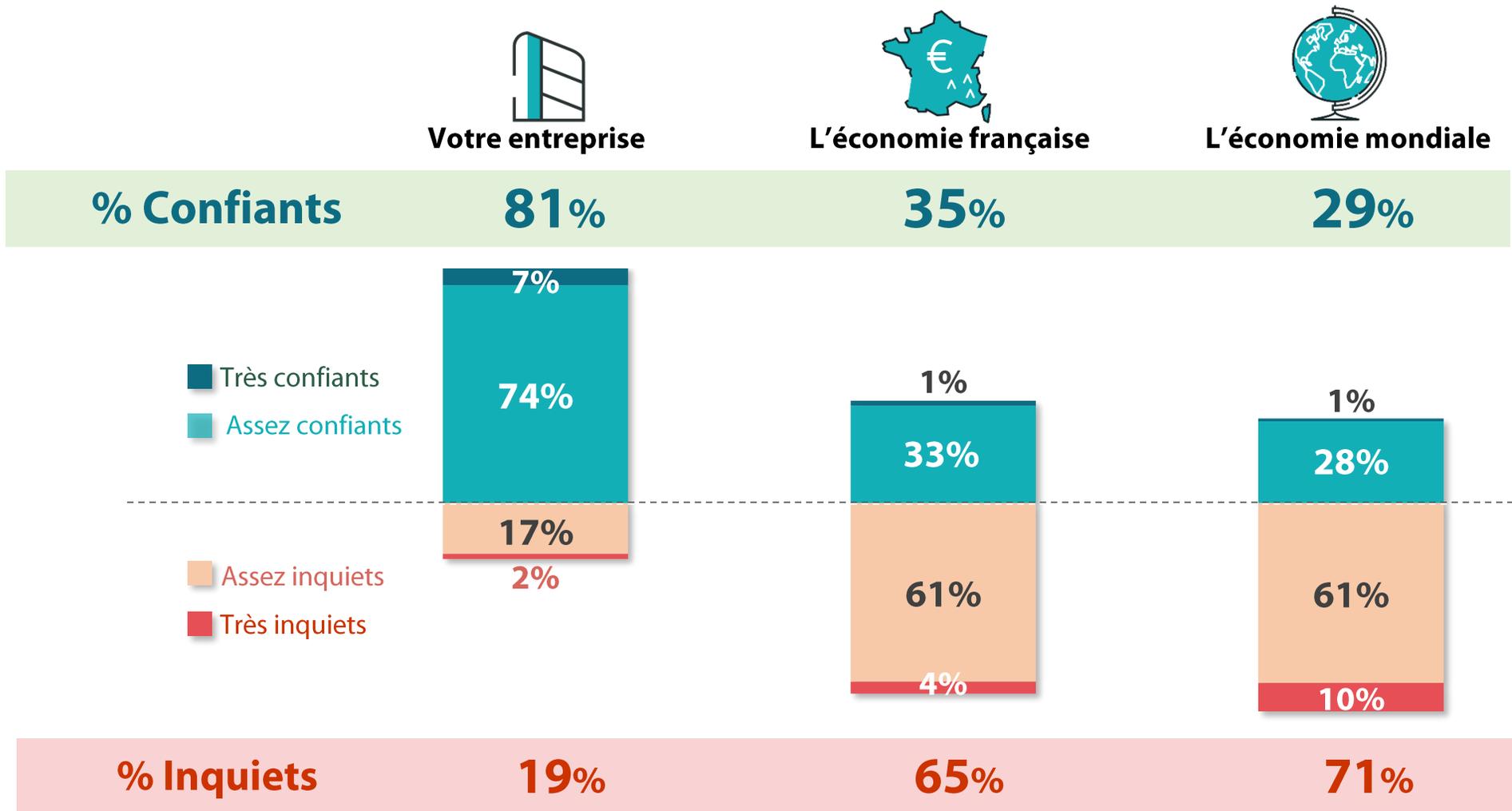


# “ Indicateurs de confiance



300 entreprises

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



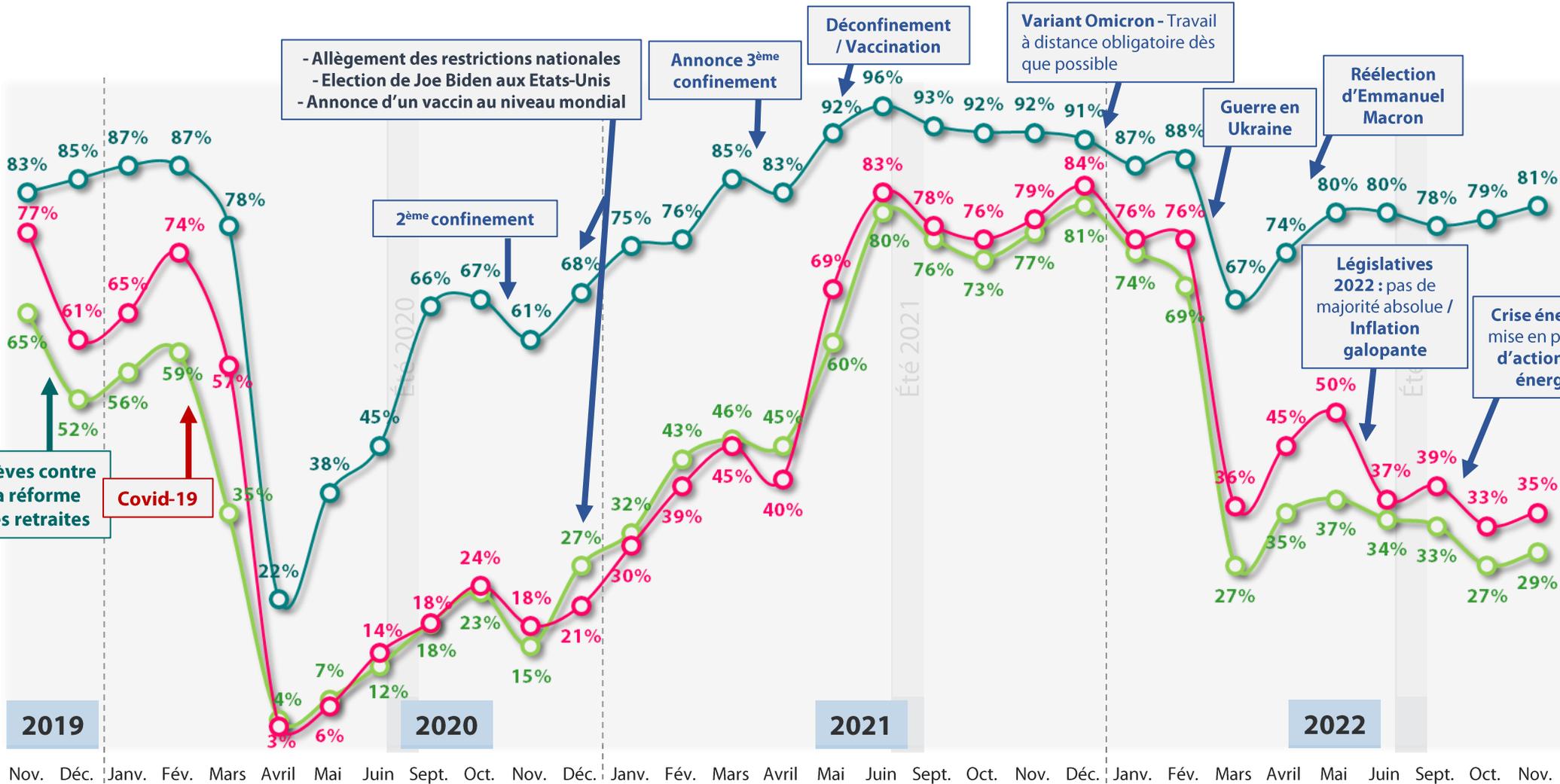


# Evolution des indicateurs de confiance



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



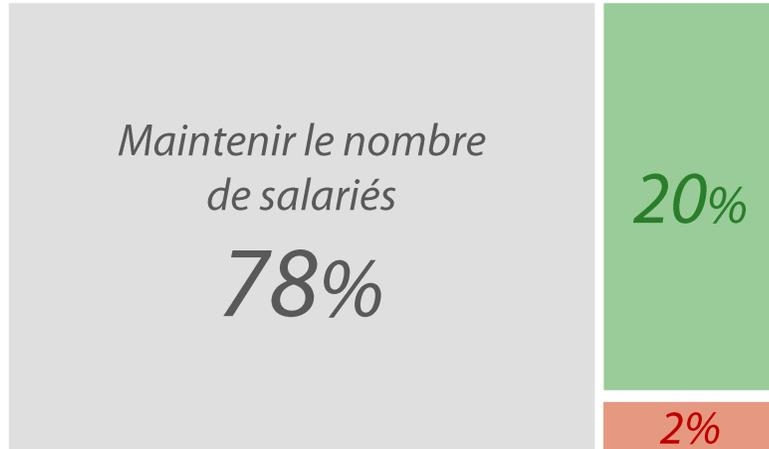
L'économie mondiale

# 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... ?



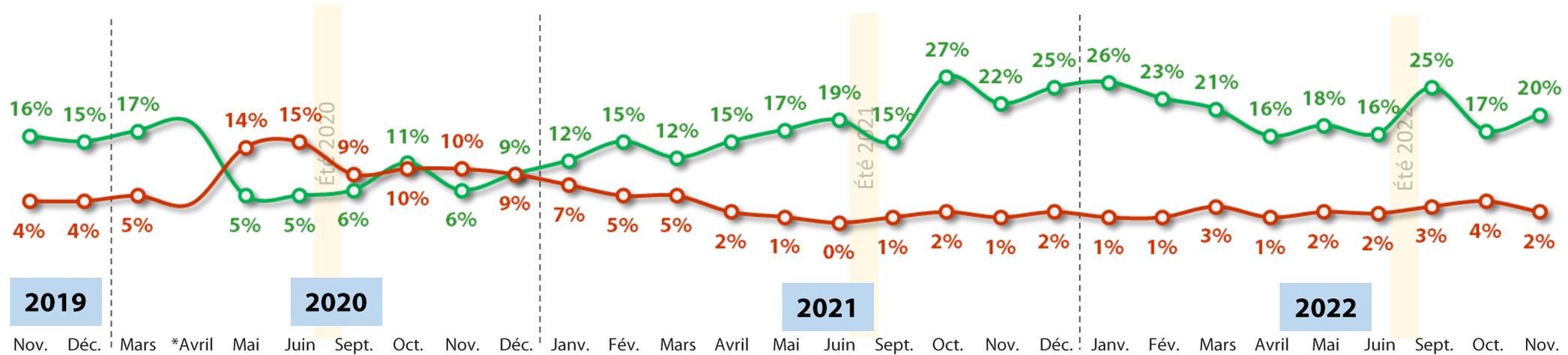
Augmenter le nombre de salariés

Réduire le nombre de salariés

Solde d'emplois salariés\* =

**+18 points**

\*Augmenter - réduire le nombre de salariés



...augmenter le nombre de salariés

...réduire le nombre de salariés

\*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 octobre 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

95%

94%  
ETI : 99%



↘-7

### Actions sociales :

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

90%

82%  
+ de 100 millions de CA : 98% / ETI : 91%



↗+8

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

69%

73%



↗+12

↘-8

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

65%

63%  
+ de 100 millions de CA : 80% / ETI : 75%



Au moins une action mise en œuvre : 91%  
Les 4 actions : 31%  
Moyenne des actions : 2,5

↗ ↘ 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:**

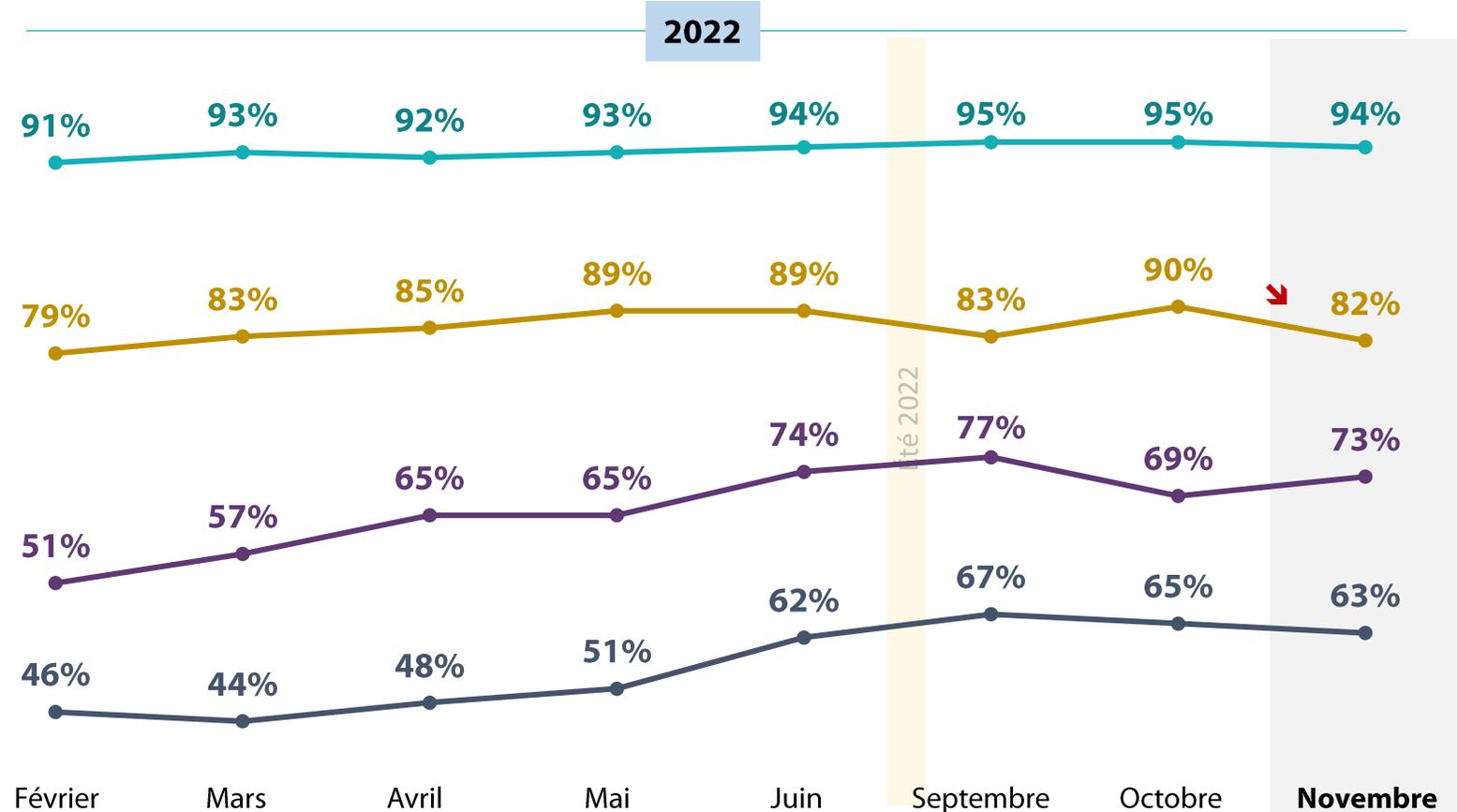
lutte contre le gaspillage, recyclage des déchets, politique de transport favorisant des moyens moins polluants

**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

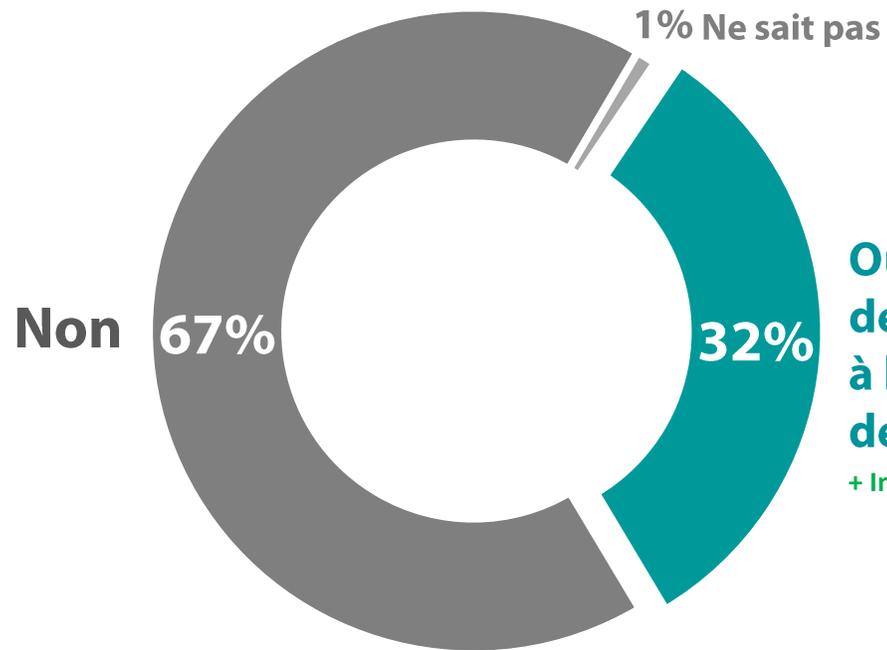


# Le développement à l'international



300 entreprises

Q222. Avez-vous l'intention de **développer votre activité à l'international** au cours des 12 prochains mois ?  
Nouvelle question 2022

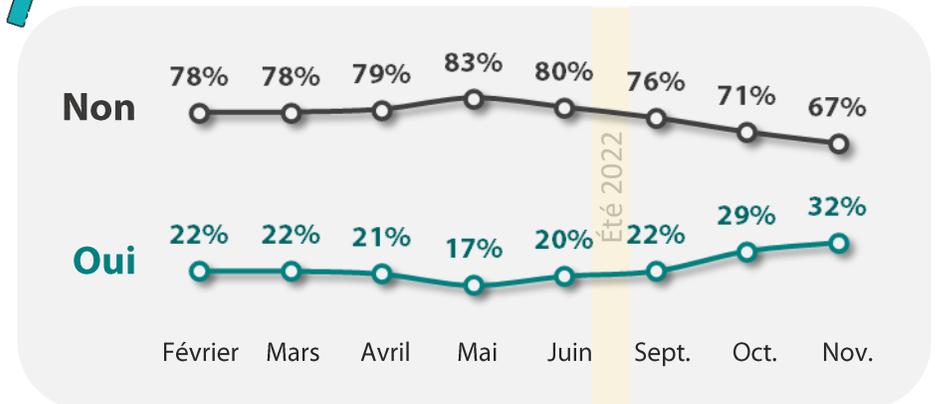


**Oui, ont l'intention de développer leur activité à l'international au cours des 12 prochains mois**

+ Industrie : 46%



Evolution d'un potentiel développement à l'international



Pas d'évolutions significatives par rapport à la vague précédente



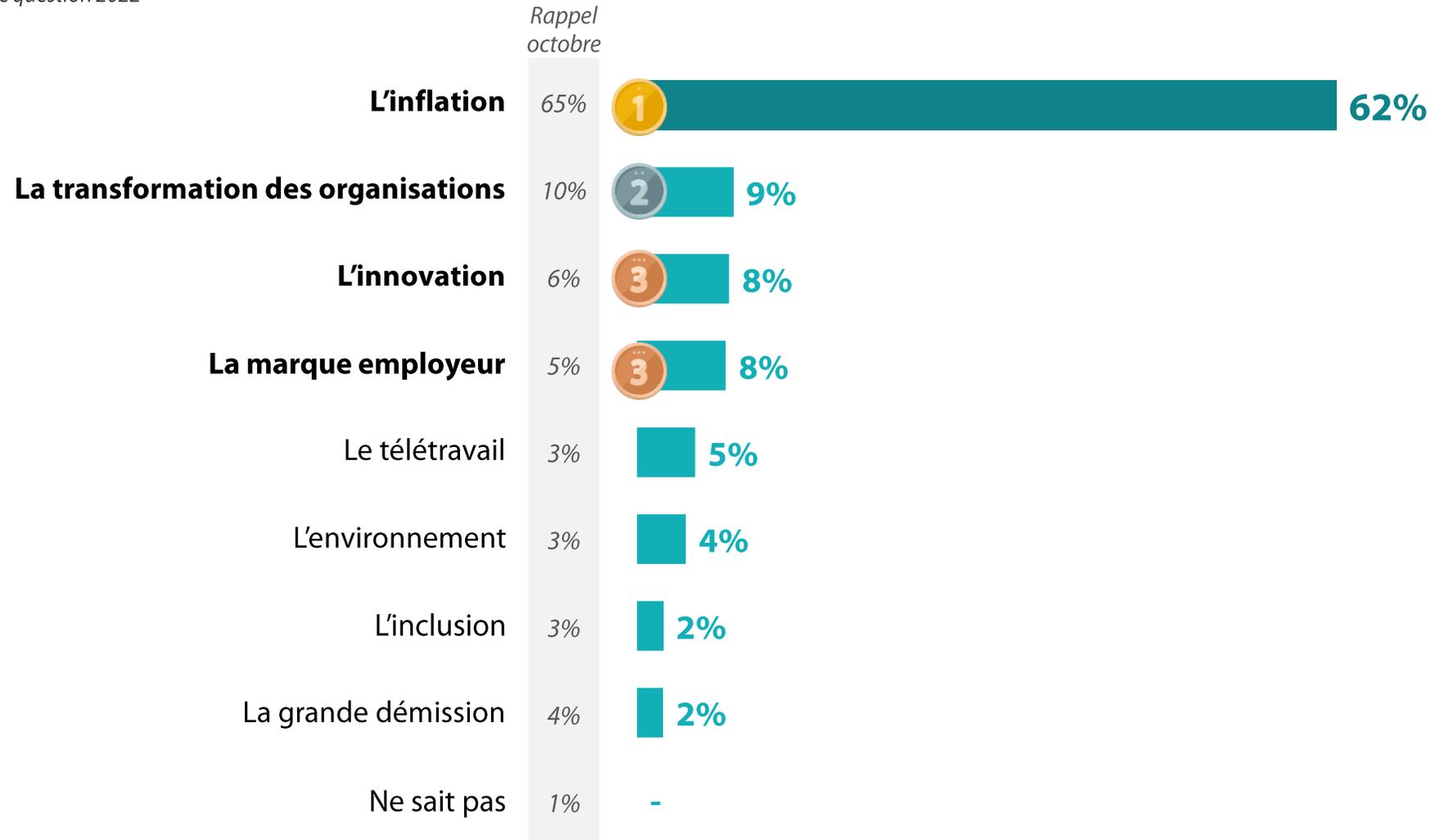
# Les principaux sujets des 12 prochains mois



300 entreprises

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

Nouvelle question 2022





# 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%	<b>62%</b>	
<b>La transformation des organisations</b>	15%	11%	8%	13%	8%		12%	10%	<b>9%</b>	
<b>L'innovation</b>	25%	13%	13%	13%	9%		8%	6%	<b>8%</b>	
La marque employeur	7%	8%	7%	10%	9%		7%	5%	<b>8%</b>	
Le télétravail	6%	3%	2%	1%	1%		5%	3%	<b>5%</b>	
L'environnement	10%	9%	9%	4%	4%		11%	3%	<b>4%</b>	
L'inclusion	3%	2%	1%	1%	1%		1%	3%	<b>2%</b>	
La grande démission	1%	0%	1%	2%	2%		3%	4%	<b>2%</b>	

Pas d'évolutions significatives par rapport à la vague précédente



**02**

Profil de l'échantillon

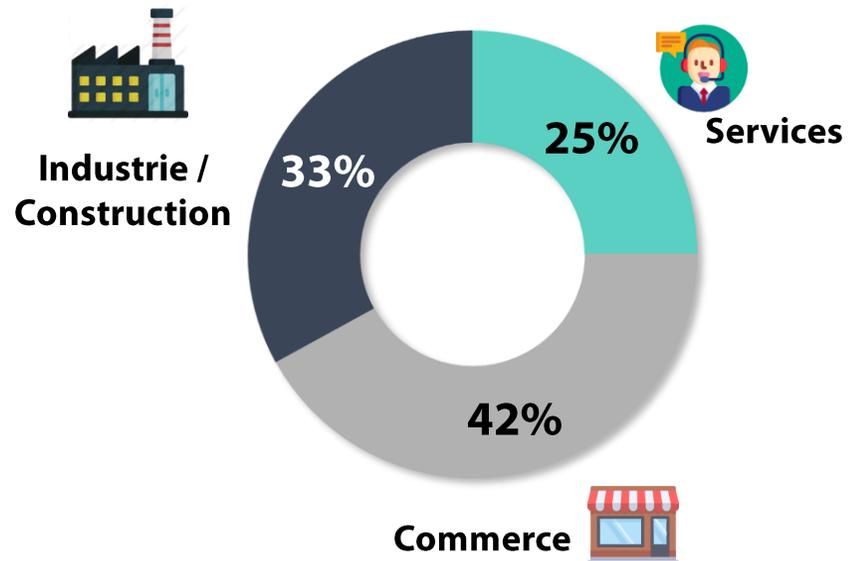


# “ Profil de l'échantillon

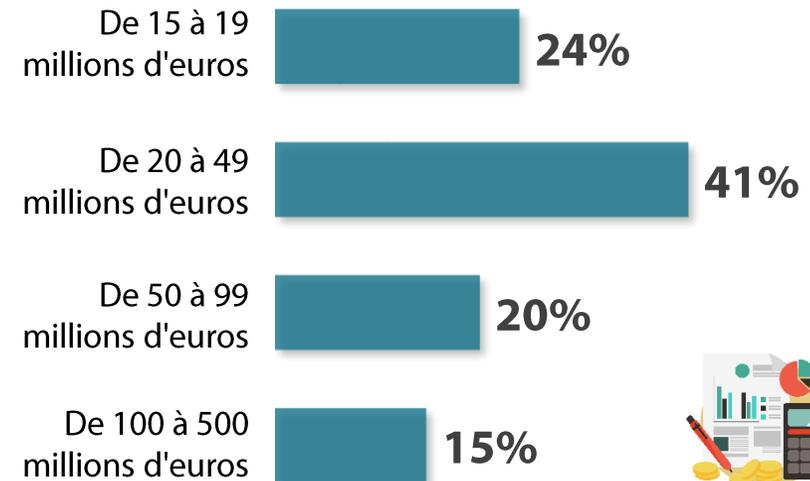


300 entreprises

## 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 du pôle B2B, SmartCity & Inside  
+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)