

Tableaux Économiques de
L'ARTISANAT 2021



**La transformation
digitale du secteur
des métiers**



OBSERVATOIRE ÉCONOMIQUE DE L'ARTISANAT Chambre de Métiers et de l'Artisanat

Responsable de service :
Nadjib VALI

Enquêtes et traitements informatiques :
Véronique M'GOURI
Dany PAUSÉ

42 rue Jean Cocteau - BP 10034
97491 Sainte-Clotilde Cedex
Tél. 0262 21 04 35
www.artisanat974.re

Courriel :
nadjib.vali@cma-reunion.fr

Crédit photo :
© Chambre de Métiers
et de l'Artisanat de La Réunion

Mise en page et création :
D. Zopire - URMA Ouest

Imprimerie :
Color Print - Octobre 2022

Édito

La publication des Tableaux Économiques de l'Artisanat me donne chaque année l'occasion de mettre en évidence la place de l'artisanat dans l'économie réunionnaise.

Au regard des enjeux qui entourent le numérique, cette nouvelle édition propose un large focus sur la transformation digitale des entreprises artisanales. C'est le fruit d'un travail produit dans le cadre du dispositif national de France Relance, visant à réaliser 10 000 diagnostics numériques gratuits à destination des TPE-PME. A l'échelon local, plus de 150 diagnostics approfondis ont été conduits auprès des chefs d'entreprise. Les artisans ont pu s'exprimer sur des thématiques aussi variées que leur vision du numérique, leur présence en ligne, les usages du numérique, la protection et la sécurité des données.

Loin d'être distancés, les artisans font preuve d'ouverture en la matière. La crise sanitaire du Covid-19 a sans aucun doute accéléré le mouvement. Le déploiement du numérique dans le secteur des métiers avance ainsi à grand pas, même s'il faut reconnaître que des marges de progrès existent dans l'optimisation des solutions numériques, notamment dans la sphère productive et sur le registre de la sécurité des données.

C'est ce à quoi s'emploie la Chambre de Métiers et de l'Artisanat avec le concours de ses partenaires.

Bonne lecture à tous.

Bernard PICARDO
Président de la Chambre de Métiers
et de l'Artisanat de la Réunion

SOMMAIRE



4	Stratégie et vision du numérique Perception et freins à la transition numérique de l'entreprise
6	Présence sur le Web et marketing digital Positionnement de l'entreprise sur Internet
8	L'artisanat dans l'économie réunionnaise
10	Présence sur le Web et marketing digital Réseaux sociaux et plateformes collaboratives, e-réputation
13	Usages du numérique Outils de gestion, ressources humaines, conception et fabrication
14	Équipement et sécurité numériques Parc informatique et téléphonie, protection des données

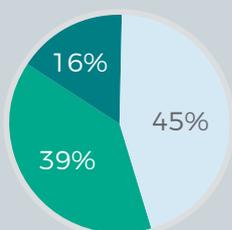
Sources de données

Les informations et données des Tableaux Économiques de l'Artisanat proviennent des sources suivantes :

- Le Répertoire des Métiers : tenu par la Chambre de Métiers et de l'Artisanat, il recense les entreprises qui exercent une activité artisanale, et comporte différents renseignements signalétiques sur l'entreprise et son dirigeant : activités exercées, localisation géographique, statut juridique, ancienneté, âge, genre et qualification du dirigeant, mouvements d'entreprises, etc.
- La réalisation en présentiel de diagnostics numériques approfondis auprès d'un échantillon de 154 entreprises artisanales volontaires. Les résultats collectés ont fait l'objet d'un redressement par pondération afin de respecter le poids respectif des 4 grands secteurs de l'artisanat : alimentation, production, bâtiment et services.
- L'exploitation des données issues de différentes sources statistiques : SIRENE REE stock d'unités légales (INSEE), ACOSS (URSSAF), Rapport annuel de l'IEDOM, URMA (apprentissage).

Stratégie et vision du numérique

Profil des dirigeants



□ Débutants ■ Avancés ■ Confirmés

Taux d'entreprises ayant réalisé un autodiagnostic numérique

22%

Unité : en % d'entreprises

Dans 9 cas sur 10, la cible prioritaire du numérique, c'est le client, que ce soit pour être trouvé facilement, communiquer, ou rechercher de nouveaux clients.

Ce premier résultat montre que les artisans perçoivent avant tout le numérique comme un levier de développement commercial, soit pour se constituer une clientèle (jeunes entreprises), soit pour les élargir et les fidéliser (entreprises matures).

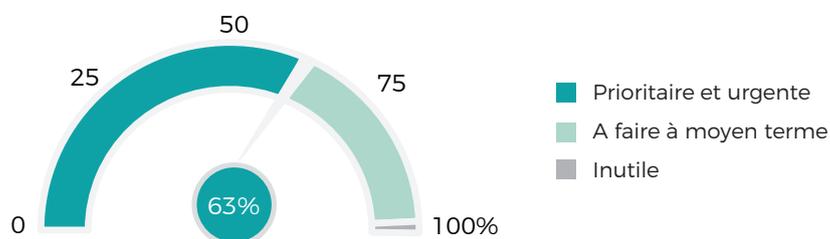
A un second niveau de priorité (6 cas sur 10), le numérique est perçu comme un moyen d'améliorer l'organisation administrative de l'entreprise (relations avec l'administration et les partenaires), et comme une solution au renforcement des compétences.

Nettement en deçà, la gestion des ressources humaines, le commerce en ligne et l'amélioration du processus de fabrication ne sont pas considérés comme prioritaires par une majorité de chef d'entreprise.

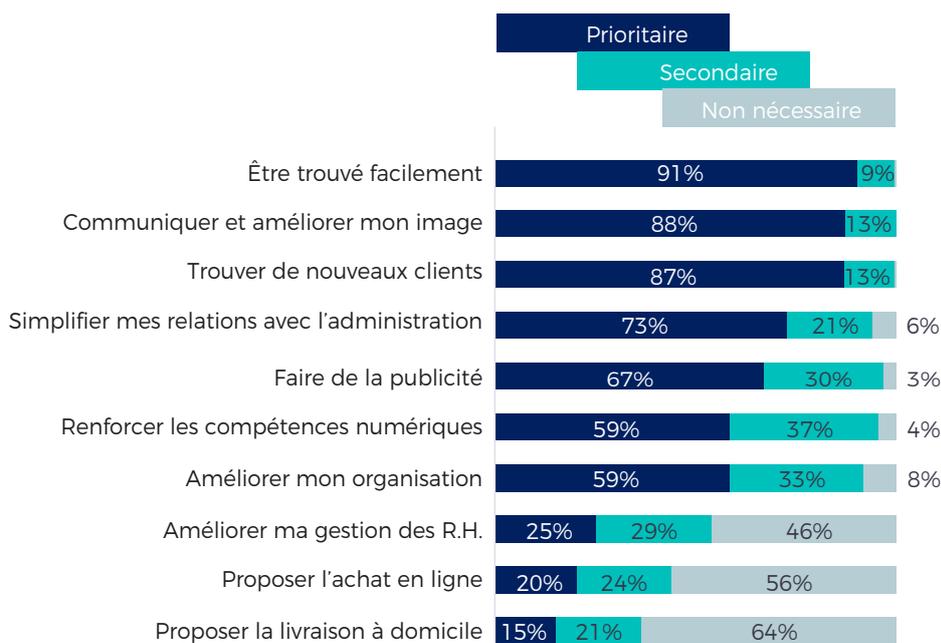
Niveau de maturité numérique des entreprises

- Le secteur se partage entre 45% de « débutants » en numérique et de 55% d'« avancés » ou de « confirmés » qui en font un usage régulier ou quotidien.
- 1 entreprise sur 5 a déjà effectué un bilan rapide d'autodiagnostic en ligne sur leurs usages numériques.
- 2 artisans sur 3 jugent la transition digitale prioritaire ou urgente.

Taux d'entreprises jugeant prioritaire la transition numérique



Vision du chef d'entreprise sur l'utilité des outils numériques et de ses priorités



Unité : en % d'entreprises



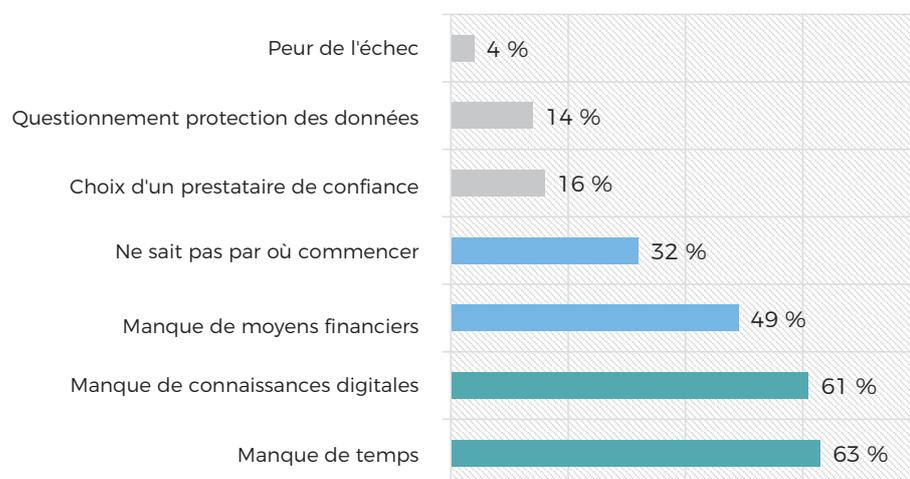
Freins à la transition numérique

Si l'utilité du numérique n'est plus à démontrer, les freins à la transformation digitale des entreprises sont encore prégnants.

Le principal ecueil est la disponibilité du chef d'entreprise. Cité par 63% d'entre eux, il traduit d'une certaine manière une faible prise de conscience des avantages et des potentialités du numérique.

Le deuxième frein est lié au fait que le dirigeant n'a pas les compétences digitales, et ne sait pas par où commencer.

A un degré moindre, s'ajoutent des capacités financières restreintes. Celles-ci brident souvent le déploiement du numérique et le recours à des compétences externes.

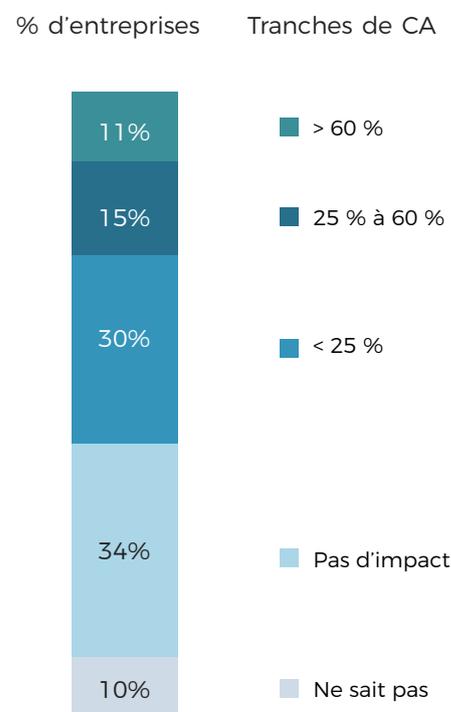


Unité : en % d'entreprises

Impact du numérique sur le chiffre d'affaires

Un retour sur investissement plutôt bien appréhendé : une entreprise sur deux considère que le numérique a un impact sur leur chiffre d'affaires (CA) :

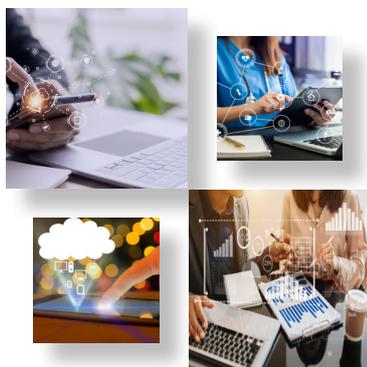
- 11% pour une partie importante (plus de 60% du CA) ;
- 15% pour une partie non négligeable (de 25% à 60%) ;
- 30% pour moins de 25% du CA.



Unité : en % d'entreprises

Présence sur le Web

ET MARKETING DIGITAL



Taux de présence en ligne des entreprises selon le support

Conscientes des enjeux de visibilité, les entreprises artisanales combinent différents canaux pour être visibles :

Les réseaux sociaux sont de loin les outils les plus utilisés (78% des entreprises). De leur côté, les annuaires professionnels ont la préférence de 4 chefs d'entreprise sur 10. En deçà, 29% des entreprises disposent d'un site vitrine ou marchand, et 25% sont référencées sur Google My Business.



Réseaux sociaux

78%



Annuaire professionnels

39%



Sites vitrines ou marchands

29%



Google My Business

25%



Plateformes spécialisées

19%

Unité : en % d'entreprises - QCM

Internet - Réseaux sociaux Plateforme en ligne - E-réputation

Taux d'entreprises ayant un site web



X Non 71% **✓ Oui** 29%

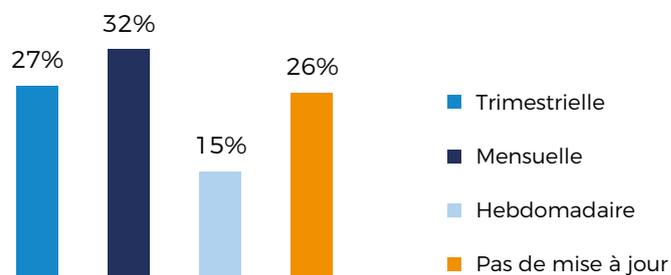
Alimentation : 31%

Production : 42%

Bâtiment : 15%

Services : 35%

Fréquence de mise à jour du site



29% des entreprises disposent d'un site internet, créé à l'aide d'un prestataire externe dans 6 cas sur 10. Les taux oscillent entre 42% pour les activités de production et 15% pour le bâtiment.

Les sites sont mis à jour le plus souvent à fréquence mensuelle (32% des chefs d'entreprise) ou trimestrielle (27%). Seules 15% d'entre elles l'effectuent hebdomadairement.

Un quart des dirigeants avouent ne pas effectuer de mise à jour de leur site. Ce fait est à mettre en lien avec la problématique du manque de temps.

Taux d'entreprises disposant d'une charte graphique

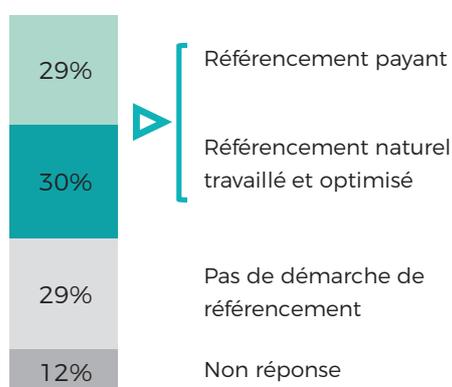
76%

Présence sur le Web

ET MARKETING DIGITAL

Internet - Réseaux sociaux Plateforme en ligne - E-réputation

Taux d'entreprises ayant initié une démarche de référencement de leur site



35%

Taux d'entreprises mesurant le trafic visiteurs sur le site

Pour être bien positionnées par les moteurs de recherche, 59% des entreprises ont recours au référencement.

Dans 30% des cas, il s'agit d'un référencement naturel et gratuit. Une proportion équivalente est également observée pour le référencement payant (achat de mots clés). A contrario, 41% des entreprises n'ont pas fait de démarche en ce sens.

Un tiers des chefs d'entreprise (35%) sont attentifs au trafic visiteurs et à l'efficacité de leur site.

Taux d'entreprises ayant un nom de domaine

29%



La place de l'artisanat dans l'économie réunionnaise

Nombre d'emplois

51 300

Entreprises : 22 250

Salariés : 29 050

Volume d'affaires

2,1

Milliards d'euros

Emploi des jeunes

2 209

en apprentissage

Sources : RM, REE Insee, Acooss, Urma.

* Taux incluant les effectifs des organismes privés de formation, transformés en C.F.A. suite à la réforme de l'apprentissage de 2018.

Poids économique de l'artisanat

L'artisanat un secteur de T.P.E.

transverse au commerce, à l'industrie et aux services

31% des entreprises réunionnaises

Près de 20% des effectifs salariés du secteur marchand

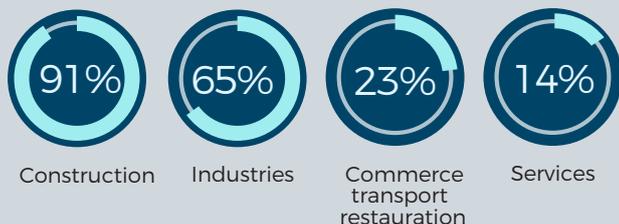
96% des entreprises ont moins de 10 salariés

25% des apprentis formés dans l'île*

Poids de l'artisanat dans la démographie des secteurs d'activités

(en % d'entreprises)

Artisanat Hors Artisanat



Note de lecture : 91% des entreprises du secteur de la construction relèvent de l'artisanat

Source : REE Stock unites légales Insee 2020

Volume d'affaires des principaux secteurs de l'économie réunionnaise

Données comparatives. Année de référence 2019

Unités : millions d'euros



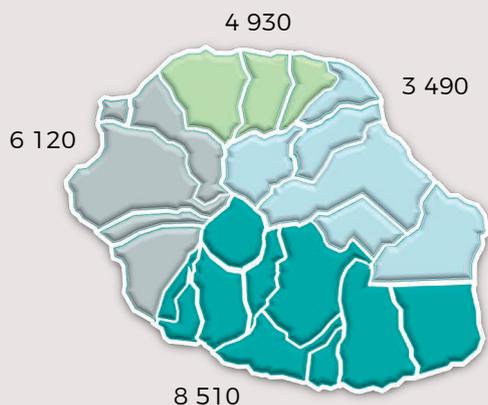
Un volume d'affaires du secteur des métiers 4 à 5 fois supérieur aux recettes touristiques et agricoles et proche de celui de l'industrie

* 192,1 millions € en 2021

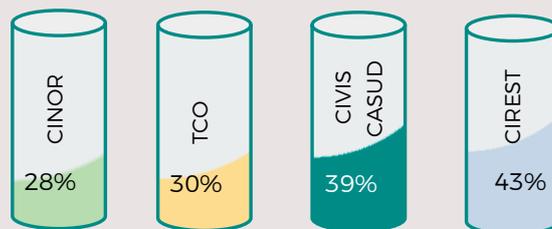
Sources : IRT recettes touristiques extérieures, Agreste DAAF Réunion valeurs productions agricoles, Préfecture Semaine de l'industrie, INSEE RÉUNION Esane

Poids de l'artisanat à l'échelle des micro-régions

Nombre d'entreprises artisanales



L'artisanat dans les micro-régions 28% à 43% des entreprises du territoire

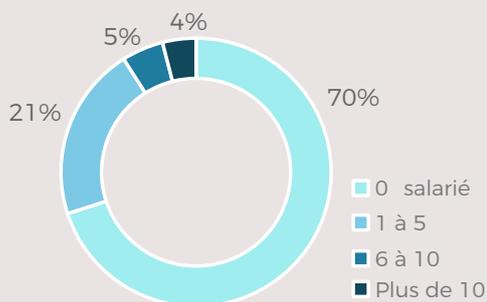


Note de lecture : 28% des entreprises implantées sur le territoire de la CINOR relèvent de l'artisanat.

Source : RM 2021. Npai compris.

Profil des entreprises

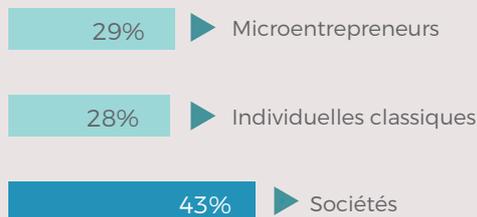
Taille des entreprises



Source : REE Stock unités légales Insee 2020

30% des établissements sont employeurs

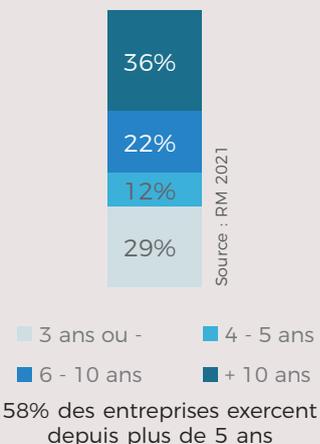
Statut juridique



Source : RM 2021

43% des entreprises artisanales exercent sous forme sociétaire

Ancienneté

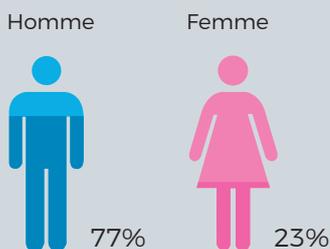


Source : RM 2021

58% des entreprises exercent depuis plus de 5 ans

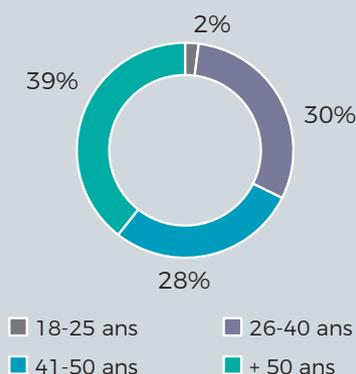
Profil des dirigeants

Genre



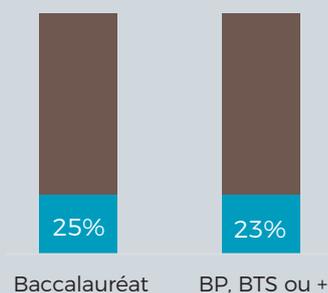
Une présence féminine modeste

Tranches d'âge



39% des dirigeants ont plus de 50 ans, parmi eux, 2900 ont plus de 60 ans

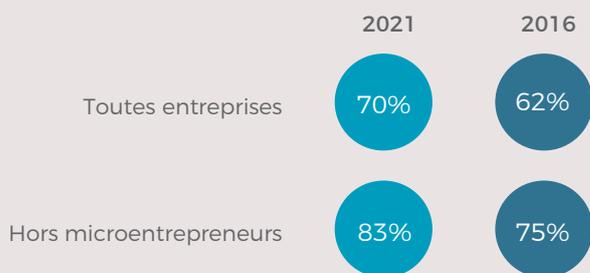
Taux de dirigeants diplômés



1 chef d'entreprise sur 4 est au moins titulaire du baccalauréat

Pérennité des entreprises

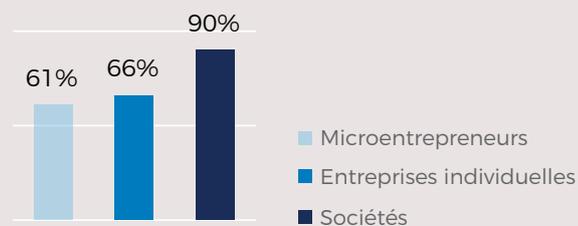
Taux de survie des entreprises à 3 ans



Le taux de survie des entreprises artisanales a gagné 8 points de croissance depuis 2016

Source : RM

Taux de survie des entreprises à 3 ans selon le statut juridique



Un microentrepreneur a 4 fois plus de chance de disparaître avant 3 ans qu'une société

Présence sur le Web

ET MARKETING DIGITAL

Taux d'entreprises séduites par les réseaux sociaux

à titre professionnel

78%

8 artisans sur 10 utilisent les réseaux sociaux à la fois pour fidéliser la clientèle et en attirer de nouvelles.

Dans le top 3 des réseaux figurent : Facebook (81% des entreprises), Instagram (29%) et LinkedIn (8%).

En dépit de cette présence massive, seuls 36% des professionnels indiquent mesurer l'impact des réseaux sociaux sur leur activité.

Taux d'entreprises mesurant l'impact des réseaux sociaux

36%

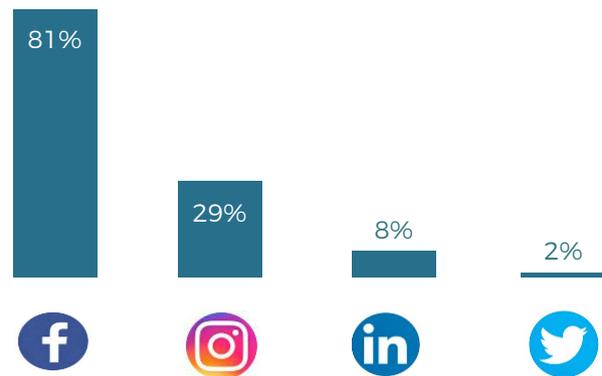
Les contenus de publication les plus utilisés sur les réseaux sociaux sont les photos, textes et vidéos. Ils visent à présenter l'entreprise, ses produits et services voire ses actualités.

Un chef d'entreprise sur cinq propose des offres promotionnelles.

Les stories, quiz et live sont à l'opposé plus rares.

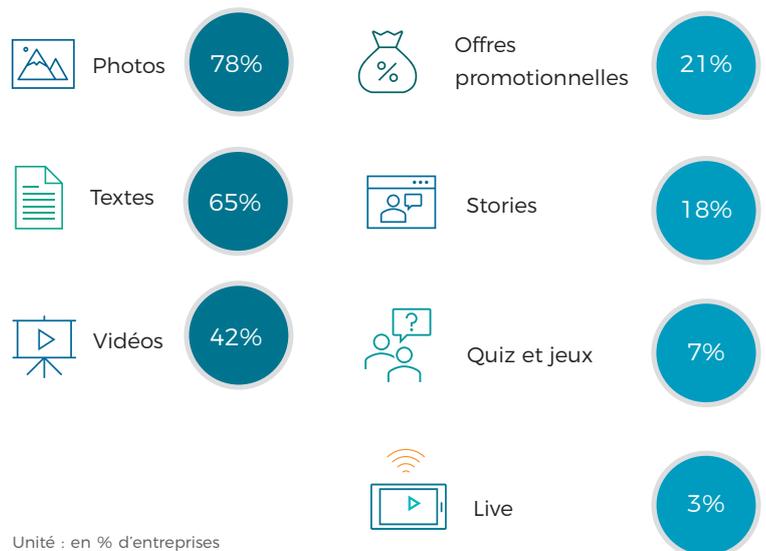
Internet - Réseaux sociaux Plateforme en ligne - E-réputation

Médias sociaux utilisées



Unité : en % d'entreprises

Nature des publications sur les réseaux sociaux



Unité : en % d'entreprises

Présence sur le Web

ET MARKETING DIGITAL

Internet - Réseaux sociaux Plateforme en ligne - E-réputation

Taux d'entreprises présentes sur des plateformes en ligne

19%

Présence sur des plateformes de marchés publics

18%

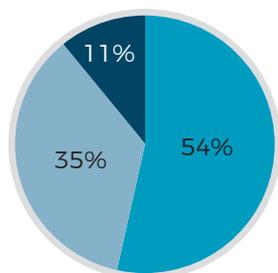
Proportion des entreprises mesurant le retour sur investissement

19%

Unité : en % d'entreprises

Gestion de la facturation

Solutions utilisées



- Logiciel bureautique
- Logiciel de gestion commerciale
- Logiciel en ligne (SAAS) ou local

Gestion des caisses

Entreprises disposant d'un point de vente

43%

Logiciel de caisse

90%

TPE Paiement sans contact

32%

Paiement par mobile ou tablette

Unité : en % d'entreprises

Pour développer ses ventes ou communiquer avec la clientèle, une entreprise sur cinq fait le choix d'être présente sur une plateforme en ligne : vente en ligne, réservation et prise de rendez-vous, géolocalisation, devis.

Seules, 19% d'entre elles mesurent le retour sur investissement.

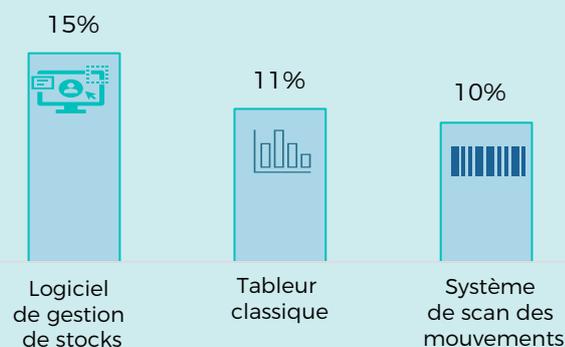


66% utilisent le numérique pour la facturation client.

57% des entreprises ont une solution de gestion numérique de la caisse.

28% des entreprises ont recours au numérique pour gérer leurs stocks.

Gestion des stocks



Présence sur le Web

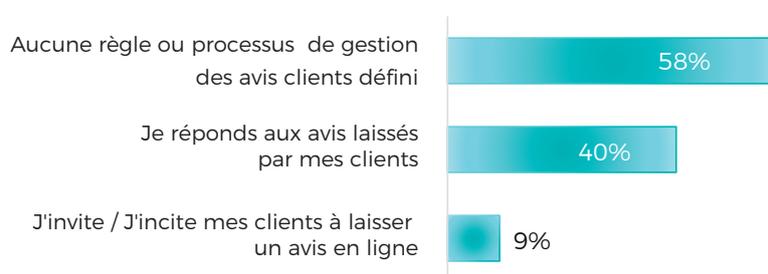
ET MARKETING DIGITAL

Internet - Réseaux sociaux Plateforme en ligne - E-réputation

Taux d'entreprises effectuant un suivi e-réputation

41%

Gestion des avis clients en ligne



Gestion des réclamations en ligne

91%

Aucune règle

9%

Un processus et des règles définis

Unité : en % d'entreprises



41% des entreprises déclarent être très sensibles à leur réputation en ligne.

Mais, dans une large majorité des cas, aucune règle ou processus en matière de gestion des avis et des réclamations clients n'a été clairement défini.

40 % des entreprises seulement répondent aux avis et commentaires laissés par les clients.

Usages du numérique

Gestion

Pilotage du numérique

Dans la quasi-totalité des cas, c'est le chef d'entreprise lui-même ou son conjoint qui gère le numérique dans l'entreprise. Seuls 12% des dirigeants confient la tâche à un salarié et 10% font appel à un prestataire externe.

Compétences numériques présentes dans l'entreprise

- Conception et fabrication : 7% des entreprises
- Gestion de projet : 37%
- Marketing, commercial et communication : 35%

59%

des dirigeants perçoivent le numérique comme une solution au renforcement des compétences.

Ressources humaines

26%

Des entreprises utilisent le numérique pour se **FORMER**

41%

Des entreprises utilisent le numérique pour **COLLABORER** en interne

23%

Des entreprises ont recours au numérique pour **RECRUTER**

Unité : en % d'entreprises



Conception et fabrication

L'usage des outils et procédés numériques dans la production des biens et des services reste très restreint.

De même, le recours aux ateliers partagés de type fablab et la participation à des projets de modélisation des données du bâtiment sont plutôt rares.

15%

Des entreprises utilisent des logiciels de conception

Conception et dessins assistés par ordinateur

Conception et fabrication assistées par ordinateur

5%

Des entreprises utilisent des outils numériques de production

Machine à commande numérique
Matériels connectés

1%

Des entreprises ont déjà eu recours à un fablab

Ateliers partagés et équipés d'outils permettant de concevoir et fabriquer des objets

5%

Des entreprises ont participé à un projet utilisant un BIM

Modélisation des données du bâtiment

Unité : en % d'entreprises

Équipement et SÉCURITÉ NUMÉRIQUES

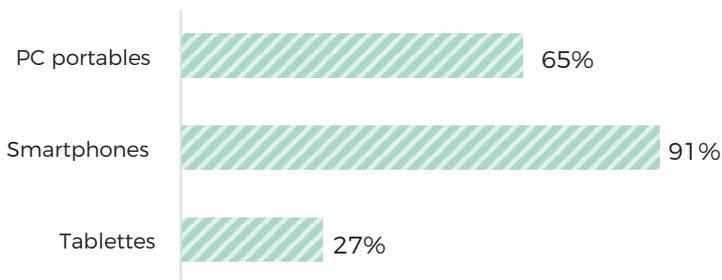
Taux d'entreprises connectées



59%
Fibre optique

99%

Taux d'équipement en informatique et téléphonie



Unité : en % d'entreprises

Taux d'entreprises sensibilisées à la sécurité informatique

39%

Taux d'entreprises effectuant des sauvegardes de données

79%

Taux d'entreprises connaissant la Règlementation sur la Protection des Données (RGPD)

33%

Unité : en % d'entreprises

Les résultats recueillis sur la sécurité et la protection des données révèlent des faiblesses face à des risques de cybercriminalité de type hameçonnage, etc.

61% des répondants déclarent ne pas avoir connaissance des bonnes pratiques en matière de sécurité informatique.

67% affirment ne pas avoir de connaissance de la RGPD.

Les entreprises travaillent presque toutes dans un environnement informatisé et connecté.

Les taux d'équipement en téléphonie (smartphones) ou en ordinateur couvrent plus de deux entreprises sur trois.

En matière de messagerie, 67% des artisans disposent d'une adresse courriel professionnelle, dont 19% avec un nom de domaine propre.

Taux d'entreprises ayant une boîte mail professionnelle,

67%



2021

Observatoire Économique de l'Artisanat

Outil d'informations mis en place au début des années 90 par la Chambre de Métiers et de l'Artisanat avec l'aide conjointe de l'Europe, l'État et la Région, l'Observatoire Économique de l'Artisanat répond à une volonté de pallier l'absence de données économiques et statistiques sur le secteur des métiers. La comptabilité nationale n'intègre en effet pas l'artisanat en tant que secteur à part entière et les entreprises artisanales sont dispersées à la fois dans les secteurs secondaire et tertiaire.

Il doit permettre également à tous ceux qui interviennent sur ce secteur (État, collectivités locales, organisations professionnelles, entreprises), d'adapter leurs politiques ou leurs stratégies à l'évolution de l'artisanat.

Les objectifs poursuivis visent à mesurer le poids économique de l'artisanat, en privilégiant une approche par branche professionnelle, cerner l'évolution des marchés des artisans et déterminer des pistes d'actions en matière d'accompagnement des TPE-PME.



Publication éditée par l'Observatoire Économique de l'Artisanat de la Chambre de Métiers et de l'Artisanat de La Réunion

Téléchargeable sur www.artisanat974.re



Soutenu par
Financé par
l'Union européenne
NextGenerationEU



Ce programme d'actions bénéficie du soutien de l'Union Européenne et de la Région Réunion