

Observatoire régional  
de l'information économique  
des CCI des Pays de la Loire

# LES SERVICES AUX ENTREPRISES DES PAYS DE LA LOIRE



## RÉALITÉ, BESOINS & PERSPECTIVES

CHIFFRES ET DONNÉES 2009



ÉDITION 2010

Les CCI, leader de  
l'information économique  
sur les entreprises

Leader de  
l'Information  
Économique sur  
les Entreprises



## EDITORIAL

Les CCI des Pays de la Loire ont décidé de mener une politique d'observatoires ambitieuse en lançant en 2004 leur dispositif d'information économique sur les entreprises (CCI Info Eco).

La 2e édition de l'observatoire des services aux entreprises dans notre région s'inscrit dans cette politique qui vise à mieux connaître la structure des entreprises, leurs évolutions, leurs préoccupations, afin d'adapter les actions des CCI et de fournir des éléments d'analyse à nos partenaires économiques et institutionnels, au premier rang desquels l'Etat et la Région des Pays de la Loire.

Ce document vous présente une synthèse de l'étude qui porte sur 4 secteurs : conseil et expertise, prestataires TIC, services opérationnels, transport et logistique. Elle démontre l'importance des services en Pays de la Loire (un emploi sur trois du tertiaire marchand) et son lien avec le tissu industriel qui constitue pour plus de la moitié des établissements de services un secteur de clientèle stratégique.

C'est ce type d'analyse concrète et chiffrée qui nous permet de guider l'action des CCI des Pays de la Loire dans l'accompagnement des entreprises pour anticiper, avec nos partenaires, les actions à mettre en place comme nous avons su le faire avec les programmes Dinamic ou Déclik Innovation, et ainsi relever les défis des marchés de demain.



Joël BLANDIN

Président de la CCI  
des Pays de la Loire

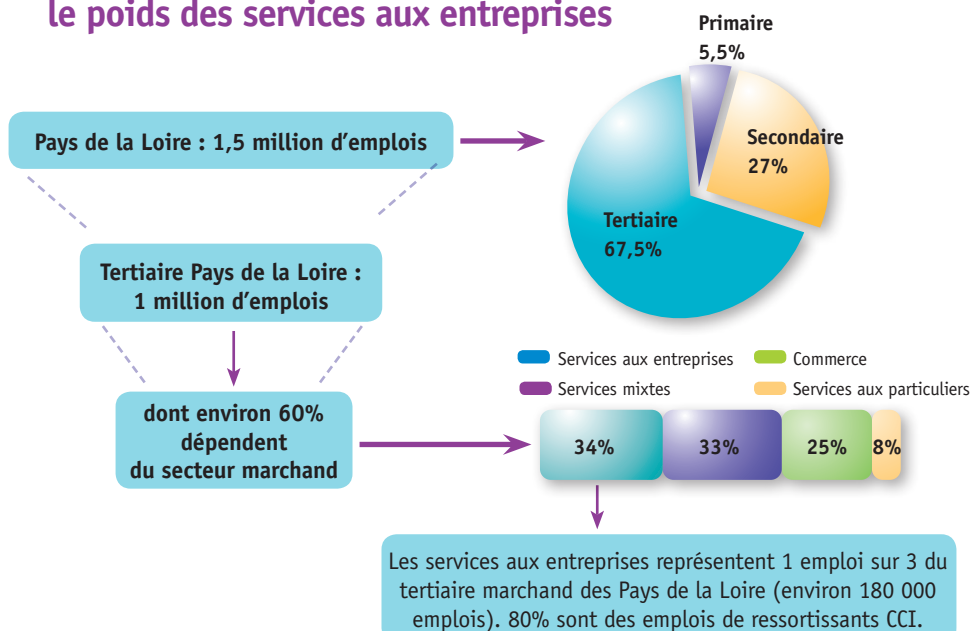
## Contexte et Objectifs de l'Etude

La réalisation de l'Observatoire des services aux entreprises doit contribuer à :

- Constituer un socle de connaissances commun sur le secteur des services aux entreprises :
  - Conseil,
  - Prestataires TIC,
  - Services opérationnels,
  - Transport – logistique.
- Mettre à disposition les capacités d'identifier, de cibler, de dénombrer les entreprises en fonction de besoins et d'attentes exprimés.
- Alimenter et actualiser les données du Système d'Information CCI Info Éco.
- Définir les axes d'accompagnement susceptibles de favoriser la dynamique économique des Pays de la Loire.

## STRUCTURATION DU SECTEUR

### L'emploi en Pays de la Loire : le poids des services aux entreprises



### Près de 30 000 établissements en Pays de la Loire

Le secteur des services aux entreprises en Pays de la Loire regroupe près de **28 800 établissements** pour plus de 180 000 emplois salariés (l'intérim représentant environ 40 000 emplois), soit environ **un tiers du secteur tertiaire marchand**.

Les Pays de la Loire représentent ainsi **5,1% des effectifs nationaux** et se classent au **5<sup>e</sup> rang** derrière l'Ile-de-France (34,5%), Rhône-Alpes (10,1%), Provence-Alpes-Côte d'Azur (7,1%) et Nord-Pas-de-Calais (5,5%).

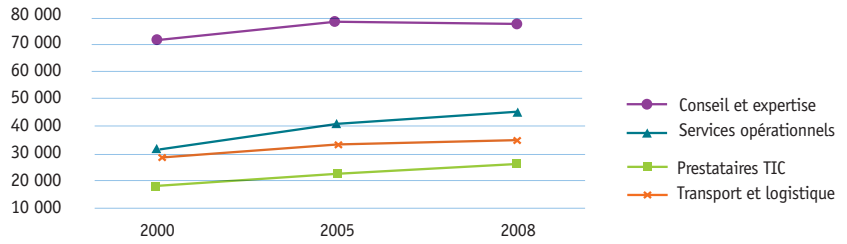
La Loire-Atlantique représente à elle seule près de la moitié de l'effectif total (48%) tandis qu'au niveau sectoriel, le secteur du Conseil et Expertise concentre l'effectif le plus important (42%).

	Ensemble des établissements	R ressortissants CCI	Part des Ressortissants CCI	Effectifs (Intérim compris)
Conseil et expertise	14 005	9 002	64%	77 055
Prestataires TIC	2 887	2 302	80%	25 944
Services opérationnels	6 477	3 185	49%	45 452
Transport et logistique	5 411	3 485	64%	35 144
Services aux entreprises	28 780	17 974	62%	183 595

## Un secteur dynamique et porteur d'emplois

Le secteur des services affiche un vrai dynamisme avec une évolution de +23% par rapport à 2000, soit 34 079 emplois gagnés. Les prestataires TIC et les services opérationnels ont connu les progressions les plus importantes (respectivement +50% et +43%).

Evolution de l'effectif salarié par sous secteur (2000-2008)



## Un secteur jeune...

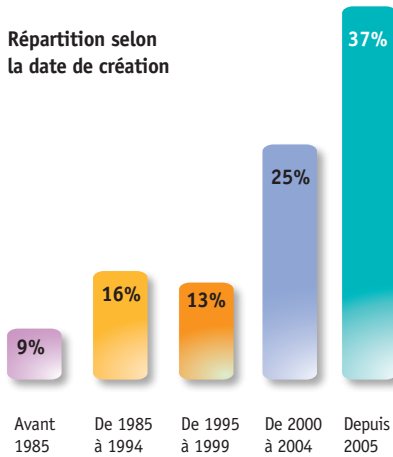
Le secteur des services aux entreprises apparaît comme jeune et dynamique : près des deux tiers des acteurs ont vu le jour au cours des années 2000 et plus d'un tiers à partir de 2005. C'est le conseil qui présente les entreprises les plus jeunes et le transport dans lequel on trouve les établissements les plus anciens.

## ...où les petites structures prédominent

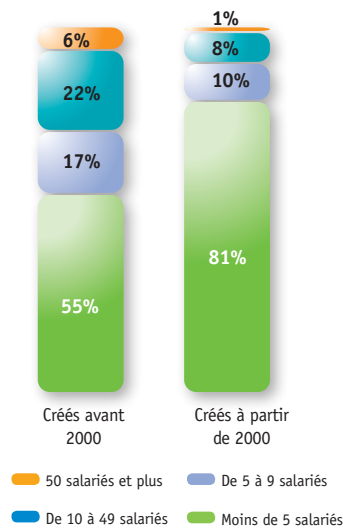
Les très petites structures de moins de 10 salariés représentent 82% de l'ensemble des établissements mais elles n'emploient que 20% de l'effectif salarié, laissant les 80% restants concentrés dans les PME et les grandes entreprises. En 2006, 85% des établissements employaient moins de 10 salariés et regroupaient 17% de l'effectif salarié.

Les établissements de moins de 10 salariés sont plus présents parmi ceux créés il y a moins de 10 ans (91%) mais moins nombreux dans le secteur du transport et de la logistique (55%)

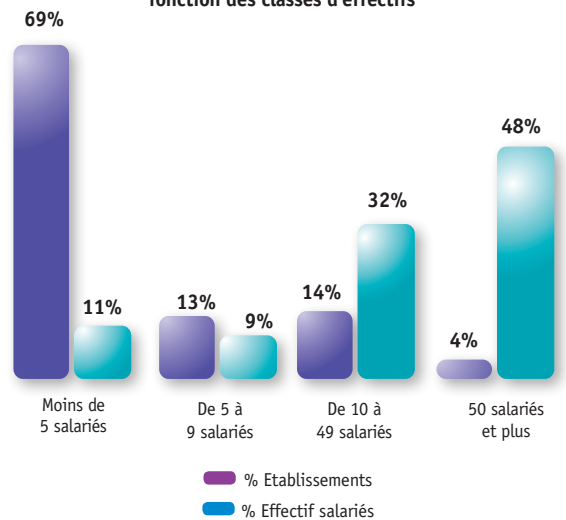
Répartition selon la date de création



Répartition des classes d'effectifs en fonction de l'ancienneté



Répartition des établissements et du nombre de salariés en fonction des classes d'effectifs

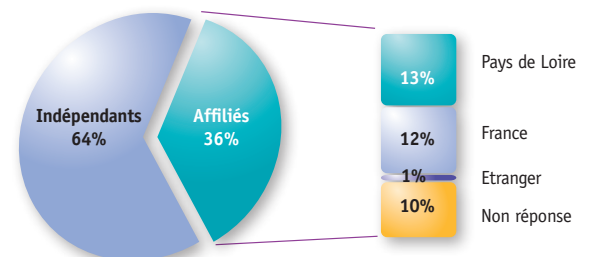


## Des centres de décisions essentiellement locaux malgré une forte présence des groupes

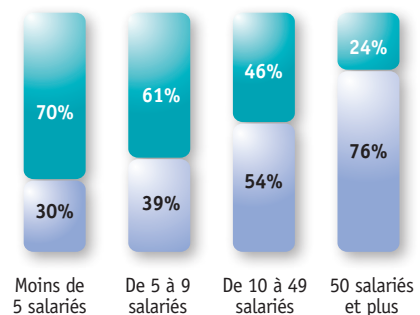
36% des établissements ligériens dépendent d'un groupe, mais ils concentrent près des deux tiers des emplois. Le siège de ces groupes se situe aussi bien en Pays de la Loire (13%), qu'à l'échelon national (12%).

Au total, ce sont plus des trois quarts des centres de décisions qui sont situés sur la région. L'emprise des groupes reste en revanche très forte puisque dans 80% des cas, ils possèdent au moins 75% du capital de leurs filiales ligériennes. Ce sont les secteurs du conseil et des services opérationnels qui comptent le plus d'entreprises appartenant à un groupe : respectivement 42% et 48%. De même, c'est en Mayenne qu'elles sont les plus nombreuses (43%) et en Vendée le moins (31%).

Répartition selon l'appartenance à un groupe et la localisation du siège



Répartition selon l'appartenance à un groupe et la taille



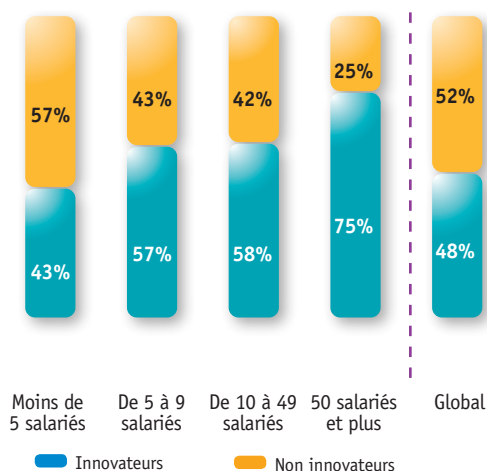
La présence des groupes est nettement plus forte dans les sociétés les plus importantes : 54% des 10 à 49 salariés et 76% des 50 salariés et plus.

## MÉTIER S ET SAVOIR-FAIRE

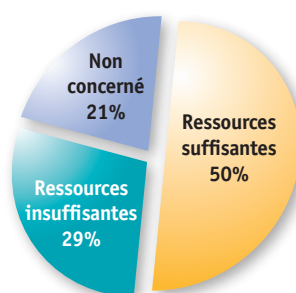
### Un rythme d'innovation soutenu mais limité par le manque de ressources

Près d'un dirigeant sur deux déclare avoir innové au cours des trois dernières années. Les innovateurs sont les plus nombreux chez les prestataires TIC (53%) et les moins fréquents dans le secteur du transport (40%). La propension à innover est moindre dans les entreprises les plus jeunes créées depuis 2005 et les plus petites employant moins de 5 salariés. Ces dernières disposent en effet de moins de ressources : 32% les jugent insuffisantes contre 22% pour celles qui emploient cinq salariés (29% au global).

Répartition selon l'innovation et la taille



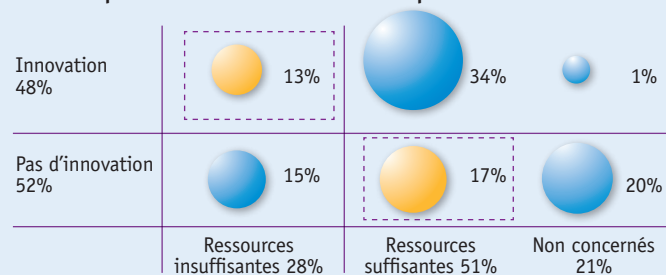
Répartition selon l'innovation et la taille



Le manque de ressources des entreprises concerne avant tout les aspects financiers, humains et technologiques.

Malgré tout, les ressources ne sont pas le seul fer de lance de l'innovation. 13% des dirigeants déclarent avoir innové tout en estimant leurs ressources insuffisantes : preuve que l'innovation n'est pas seulement une affaire de ressources, mais aussi une culture d'entreprise.

Répartition selon l'innovation et la disponibilité des ressources



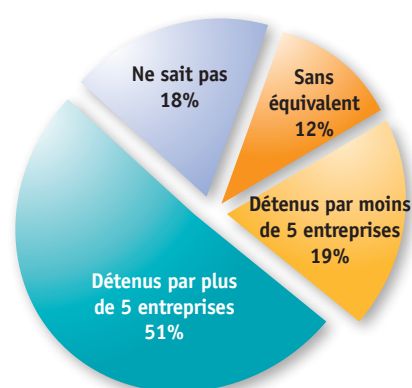
### Des compétences ligériennes jugées comme assez spécifiques

Près d'un tiers des dirigeants (31%) estime leurs savoir-faire spécifiques, c'est-à-dire sans équivalents ou détenus par moins de cinq entreprises dans les départements limitrophes à leur implantation. Ils sont encore plus nombreux en Mayenne (39%).

C'est aussi chez les prestataires TIC et dans les services opérationnels qu'ils sont les plus nombreux (respectivement 39% et 38%). Parvenir à se distinguer semble en revanche plus difficile dans le secteur du transport où seuls 15% déclarent des compétences spécifiques.

Très logiquement l'innovation favorise le développement de savoir-faire spécifiques : **les innovateurs sont ainsi plus nombreux à juger leurs savoir-faire distinctifs** : 41% contre 34% pour les autres.

Répartition en fonction de la spécificité des savoir-faire



# POSITIONNEMENT MARCHÉ

## Un rayonnement des ventes varié...

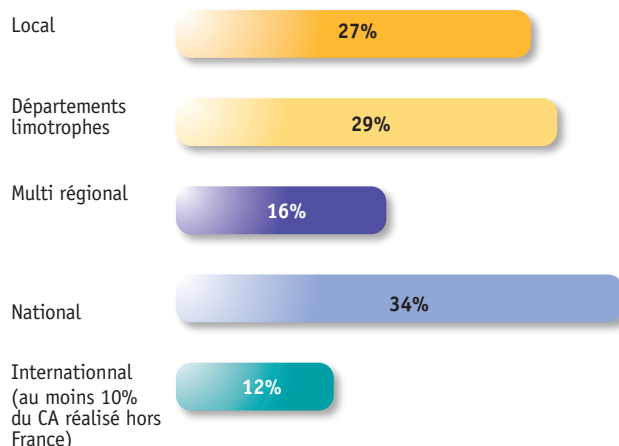
Une grande partie des établissements de services aux entreprises opère sur un marché de proximité (local ou limité aux départements limitrophes) même si plus d'un tiers rayonne sur l'ensemble du territoire métropolitain.

C'est en Vendée qu'on trouve le plus d'établissements avec un rayonnement local, ainsi que dans les services opérationnels. Les prestataires TIC, eux, ont davantage un rayonnement national.

La taille de l'entreprise a un impact sur son rayonnement : le marché des entreprises de moins de cinq salariés est plus souvent local ou limité aux départements voisins, alors que les plus grandes opèrent davantage à l'échelle multi régionale ou nationale.

La capacité à innover joue également un rôle : 31% des entreprises qui déclarent ne pas innover ont un marché strictement local contre seulement 21% chez les innovateurs.

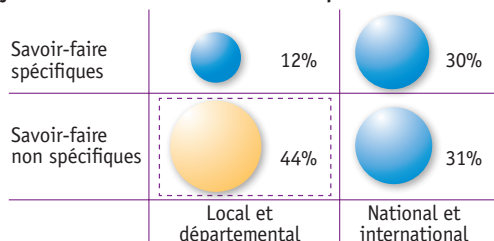
Répartition en fonction du rayonnement des ventes



## Le rayonnement dans le conseil et expertise

Le secteur du conseil et expertise est majoritairement dominé par des entreprises aux savoir-faire non spécifiques, rayonnant tout au plus sur les départements limitrophes à leur implantation. Il s'agit donc principalement d'une économie de proximité.

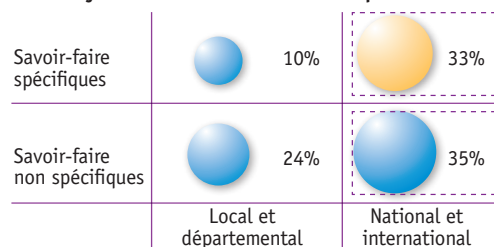
Répartition en fonction de la spécificité des savoir-faire et du rayonnement des ventes dans les entreprises du conseil et expertise



## Le rayonnement chez les Prestataires TIC

Le secteur des prestataires TIC est majoritairement dominé par des entreprises rayonnant au moins au niveau national, mais détenant aussi bien des savoir-faire spécifiques que non spécifiques.

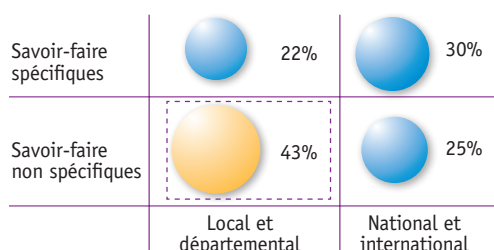
Répartition en fonction de la spécificité des savoir-faire et du rayonnement des ventes chez les prestataires TIC



## Le rayonnement dans les services opérationnels

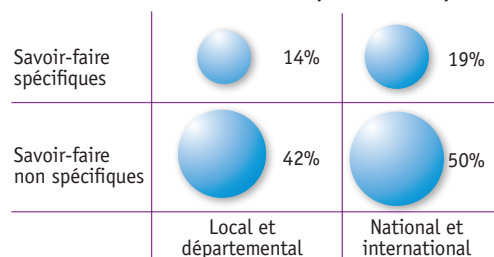
Le secteur des services opérationnels est majoritairement dominé par des entreprises aux savoir-faire non spécifiques, rayonnant tout au plus sur les départements limitrophes à leur implantation. Il s'agit donc principalement d'une économie de proximité.

Répartition en fonction de la spécificité des savoir-faire et du rayonnement des ventes dans les entreprises de services opérationnels



## Le rayonnement Dans le transport et logistique

Répartition en fonction de la spécificité des savoir-faire et du rayonnement des ventes dans les entreprises de transport et logistique



## ... mais du potentiel pour aller à l'international

Si seulement 12% des sociétés de services aux entreprises ont un vrai rayonnement international en y réalisant au moins 10% de leur chiffre d'affaires, près d'un quart exporte son savoir-faire ponctuellement.

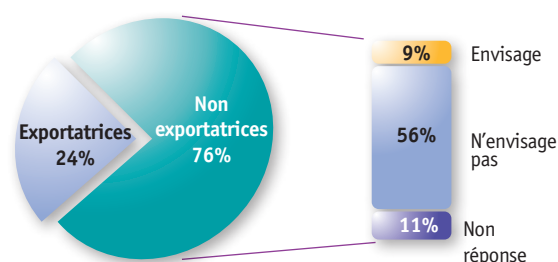
C'est en Vendée que les exportateurs sont les moins fréquents (18%), de même que dans les sociétés de transport (19%). Les prestataires TIC sont au contraire les exportateurs les plus nombreux (29%).

La taille critique de 5 salariés et plus semble constituer un pallier à partir duquel les établissements sont plus nombreux à exporter.

Les perspectives en termes d'export sont encourageantes puisque 9% des dirigeants envisagent de prospecter à l'international.

**Dans l'ensemble, c'est donc un tiers des entreprises avec une présence ou une intention de développement à l'international.**

Répartition en fonction des exportations et des perspectives d'exportation



## Une clientèle toujours dominée par l'industrie

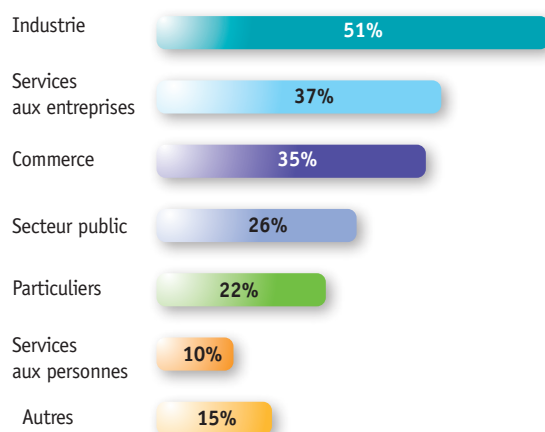
L'industrie constitue le principal secteur de clientèle des établissements de services aux entreprises : beaucoup d'entreprises industrielles externalisent ainsi certaines tâches dont elles s'occupaient elles mêmes, pour se recentrer sur la nature même de leur activité.

Les services aux entreprises constituent le second secteur de clientèle, juste devant le commerce. Là encore, certaines entreprises de services externalisent certains services à d'autres entreprises de services, pour se recentrer là où elles ont le plus de valeur ajoutée.

On observe un lien logique entre diversification de clientèle et rayonnement géographique : plus les entreprises travaillent avec des segments de clientèle diversifiés, plus elles agissent en local ou dans les départements limitrophes. A l'inverse, plus elles sont spécialisées, plus leur marché est d'envergure nationale voire internationale.

Par ailleurs, la dépendance au client principal est forte : **37% des établissements réalisent plus du quart de leur chiffre d'affaires avec un seul client.**

Répartition en fonction des secteurs de clientèle



## Une visibilité de l'activité plutôt courte

Les établissements ont majoritairement une visibilité de leur activité à court terme : les deux tiers ont un plan de charge ne dépassant pas le trimestre et près de la moitié est limitée au mois.

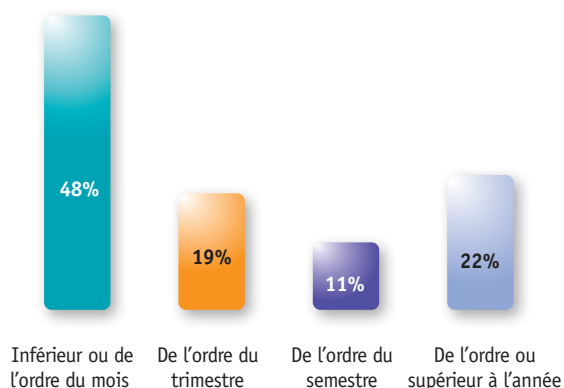
Ce sont les activités de transport et de logistique qui ont les plans de charge les plus courts : près de 80% ont un carnet de commande de l'ordre du mois. L'anticipation est davantage possible dans le conseil : les deux tiers ont une visibilité au minimum sur le trimestre.

Les établissements mayennais et sarthois ont aussi moins de visibilité : respectivement 56% et 53% ont un plan de charge ne dépassant pas le mois, contre 47% pour l'ensemble.

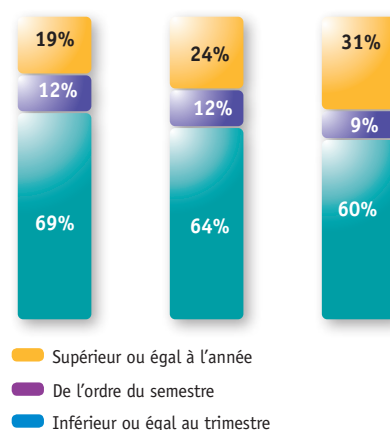
**Plus les établissements sont petits, plus ils ont une visibilité réduite.**

**De même, moins ils dépendent de leur client principal, moins ils ont de visibilité :** les entreprises qui travaillent en lien étroit avec un ou deux clients principaux ont ainsi un plan de charges plus long, mais une dépendance accrue.

Répartition en fonction du plan de charge



Répartition selon le plan de charge et la taille



# PERSPECTIVES

## Des perspectives tournées vers l'amélioration continue

Les perspectives en termes d'organisation sont focalisées sur l'amélioration de l'existant en interne : plus de la moitié des dirigeants pense avant tout à optimiser l'organisation du travail puis à former ses collaborateurs.

Les perspectives en terme de marché sont, elles, tournées vers l'amélioration de la gamme de produits/services et le développement de nouveaux secteurs de clientèle.

Plus l'établissement est grand, plus son dirigeant juge prioritaire l'amélioration des produits ou services proposés, l'élargissement de la gamme de produits et l'évolution de l'organisation commerciale.

Les entreprises les plus jeunes citent plus fréquemment comme priorités le développement de nouveaux secteurs de clientèle et l'augmentation du rayonnement géographique des ventes.

Enfin, les services opérationnels se distinguent puisque l'évolution de l'organisation commerciale constitue la troisième priorité au détriment de l'élargissement de la gamme de produits et services dans les trois autres sous secteurs.

Répartition en fonction des priorités d'organisation

Priorités en termes d'organisation	%
Optimiser l'organisation du travail	67%
Renforcer les compétences par la formation	52%
Renforcer les compétences par le recrutement	31%

Répartition en fonction des priorités de marché

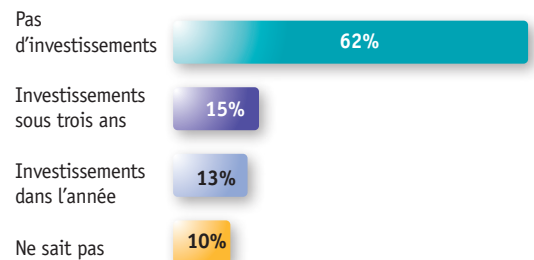
Priorités en termes de marché	%
Améliorer les produits, les services actuels	64%
Développer de nouveaux secteurs de clientèle	61%
Elargir la gamme de produits, services	43%

## Une frilosité dans les investissements

Près de 30% des dirigeants envisagent d'investir significativement dans les trois prochaines années : principalement dans l'immobilier ou le parc informatique. C'est dans le secteur du transport que les projets d'investissements sont les plus importants avec 39% et pour les établissements vendéens avec 34%.

Les investissements sont peut-être victimes de la conjoncture actuelle, qui rend les décideurs plus prudents pour les trois ans à venir.

Répartition selon l'intention d'investissements majeurs

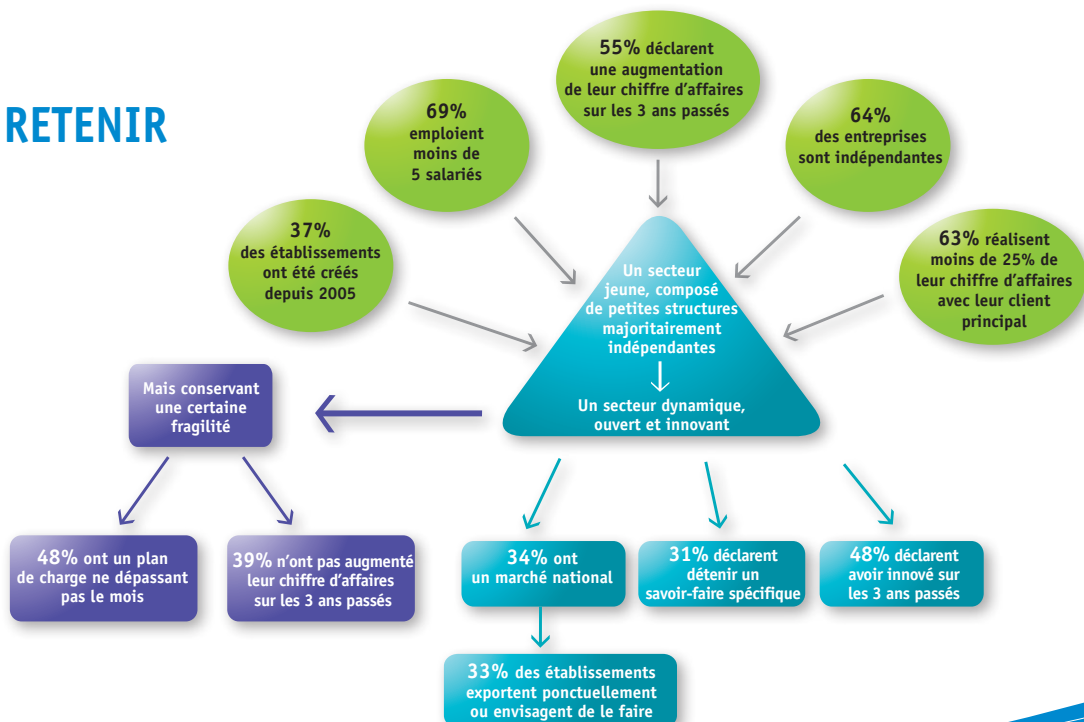


### Une intention de transmission relativement faible

8% des chefs d'entreprise envisagent de transmettre leur activité dans les trois ans : le mode de transmission le plus souvent envisagé est la vente.

Les dirigeants mayennais et ceux des services opérationnels sont aussi plus nombreux à envisager de transmettre leur entreprise : respectivement 15% et 11%

## À RETENIR



# MÉTHODOLOGIE de l'étude

- L'Observatoire des services aux entreprises repose sur la base de CCI Info Éco recensant l'intégralité des ressortissants CCI du secteur et sur l'interrogation directe de leur dirigeant, à l'aide d'un questionnaire de quatre pages abordant les thématiques suivantes :
  - Identification de l'entreprise,
  - Structuration et organisation de l'entreprise,
  - Savoir-faire et positionnement marché,
  - Environnement,
  - Perspectives et projets.
- Des redressements sont effectués a posteriori afin que la base d'analyse respecte la structure de la base cible (dans la mesure où il existe des non répondants), en fonction du département et de la taille de l'établissement.
- La collecte a été réalisée entre mai et juin 2009 :
  - Prestataires TIC : phoning direct uniquement,
  - Conseil et expertise, services opérationnels et transport et logistique : phoning direct pour les entreprises de plus de 5 salariés et envoi postal pour les autres.
- Taux de réponse :
  - Phoning : 70% de taux de réponse pour les établissements de 5 à 99 salariés et 90% de taux de réponse pour les établissements de 100 salariés et plus,
  - Envoi postal : taux de retour naturel (10%) pour les moins de 5 salariés.

- 3 978 questionnaires ont été administrés. Ils se répartissent comme suit :

	Conseil	Prestataires TIC	Transport	Services opérationnels	Total
Loire-Atlantique	602	589	304	286	1 781
Maine-et-Loire	293	234	198	134	859
Mayenne	85	73	80	42	280
Sarthe	144	107	122	69	442
Vendée	216	177	139	84	616
<b>Total</b>	<b>1 340</b>	<b>1 180</b>	<b>843</b>	<b>615</b>	<b>3 978</b>

- À ces questionnaires ont été ajoutés les questionnaires de l'enquête menée en 2008 auprès des services productifs dans le cadre de l'Observatoire sectoriel, pour former les bases d'analyse.

	Conseil	Prestataires TIC	Transport	Services opérationnels	Total
Loire-Atlantique	970	589	304	402	2 265
Maine-et-Loire	477	236	198	209	1 120
Mayenne	129	73	80	66	348
Sarthe	245	107	122	100	574
Vendée	336	177	139	132	784
<b>Total</b>	<b>2 157</b>	<b>1 182</b>	<b>843</b>	<b>909</b>	<b>5 091</b>

Vous pouvez avoir accès aux études régulières menées par nos services dans les domaines du commerce, de l'industrie, de l'international, des ressources humaines, des services aux entreprises, des TIC (Technologies de l'Information et de la Communication).

Toutes ces informations sont accessibles gratuitement en ligne sur le site de votre CCI ou sur le site portail des CCI des Pays de la Loire.

[www.paysdelaloire.cci.fr](http://www.paysdelaloire.cci.fr)

Pour toute information complémentaire, n'hésitez pas à contacter [l.six@paysdelaloire.cci.fr](mailto:l.six@paysdelaloire.cci.fr)

## CCI de Nantes

16, quai Ernest Renaud  
BP 90517  
44105 NANTES CEDEX 4  
Tél. 02 40 44 60 60  
Fax 02 40 44 60 90  
[www.nantes.cci.fr](http://www.nantes.cci.fr)

## CCI de Maine-et-Loire

8, boulevard du Roi René  
BP 60626  
49006 ANGERS CEDEX 01  
Tél. 02 41 20 49 00  
Fax 02 41 20 54 14  
[www.maineetloire.cci.fr](http://www.maineetloire.cci.fr)

## CCI du Mans et de la Sarthe

1, boulevard René Levasseur  
BP 22385  
72002 LE MANS CEDEX 1  
Tél. 02 43 21 00 00  
Fax 02 43 21 00 50  
[www.lemans.sarthe.cci.fr](http://www.lemans.sarthe.cci.fr)

## CCI de Saint-Nazaire

35, rue du général de Gaulle  
BP 405  
44602 SAINT-NAZAIRE CEDEX  
Tél. 02 40 17 21 00  
Fax 02 40 66 68 35  
[www.saint-nazaire.cci.fr](http://www.saint-nazaire.cci.fr)

## CCI de la Mayenne

12, rue de Verdun  
BP 239  
53002 LAVAL CEDEX  
Tél. 02 43 49 50 00  
Fax 02 43 49 33 16  
[www.mayenne.cci.fr](http://www.mayenne.cci.fr)

## CCI de la Vendée

16, rue Olivier de Clisson  
BP 49  
85002 LA ROCHE-SUR-YON CEDEX  
Tél. 02 51 45 32 32  
Fax 02 51 62 72 17  
[www.vendee.cci.fr](http://www.vendee.cci.fr)