

# le Mag de l'Entrepreneur

**FISCAL**

4

ENTREPRENEURS,  
PROFESSIONNELS LIBÉRAUX.  
LOIS DE FINANCES : CE QUI  
CHANGE EN 2024.

**TRANSITION ÉCOLOGIQUE**

10

ENTREPRENEURS,  
PROFESSIONNELS LIBÉRAUX.  
LE VÉLO, UN NOUVEL ALLIÉ  
POUR LES ENTREPRISES.

**MARKETING**

12

LE MADE IN FRANCE A LE VENT  
EN POUPE !



VENTE EN LIGNE

PAIEMENT EN LIGNE

RÉSEAUX SOCIAUX

**BAROMÈTRE FRANCE NUM 2023 :  
CONNECTÉES, LES TPE/PME ?**

IA

SÉCURITÉ

## »»» Tournés vers demain «««



En juillet dernier, nous vous annoncions, avec regret, la parution du dernier numéro de **Passerelle**. C'était notre revue, votre revue depuis plus de 40 ans.

Nous avons toujours eu à cœur de vous tenir régulièrement informés de l'évolution de la réglementation juridique, fiscale ou sociale, mais aussi de prodiguer des conseils en matière de gestion, d'économie, de finances, de management... en fait, de surtout vous apporter une information fiable et utile.

Ce renoncement contraint à perpétuer votre revue s'inscrivait dans la ligne des décisions douloureuses que nous avons dû prendre en 2023 à la suite de la suppression par l'État du principal avantage fiscal accordé aux adhérents des organismes agréés. À l'instar des autres centres de gestion, nous avons perdu les trois-quarts de nos membres en un an. Nous avons fermé plusieurs bureaux et réduit en conséquence nos effectifs pour concentrer notre activité à Angers et à Lyon. Nous avons cherché des solutions pour chacun de nos anciens collaborateurs, en concertation avec eux. Si certains ont choisi de cesser leur activité professionnelle, si d'autres ont donné une nouvelle orientation à leur carrière, le plus grand nombre a accepté un reclassement au sein des différentes entités de Fiducial. Qu'il nous soit permis de remercier tous ces collaborateurs et de féliciter ceux qui, pour occuper leur nouvel emploi, ont consenti d'importants efforts de formation.

Aujourd'hui, nous avons stabilisé la situation. Nous pouvons reprendre notre marche en avant, vous consacrer toutes nos forces, toute notre énergie. La prévention fiscale et la prévention des difficultés économiques et financières demeurent nos priorités afin de vous éviter toute déconvenue. Cet engagement ne s'opère pas uniquement par une vérification de vos comptes et de vos déclarations fiscales, il s'exprime également au travers de nos formations et de l'information diffusée.

C'est pourquoi, nous vous proposons aujourd'hui une nouvelle revue, le **MAG de l'Entrepreneur**. Nous avons fait le choix de mutualiser nos moyens au sein d'une fédération d'organismes de gestion agréés pour continuer à vous fournir une information de qualité, régulière, utile et fiable. Ce magazine vous sera distribué tous les deux mois par courriel. Nous serons toujours à votre disposition pour vous apporter des précisions et des éclaircissements complémentaires.

*Nous vous présentons nos meilleurs vœux pour 2024.  
Vous pouvez compter sur nous.*

**Christian LATOUCHE**

  
**C.G.A. FRANCE**

 02 41 91 50 80  
 contact.centre.de.gestion.agree@fiducial.fr  
 60 rue du Bon Repos - CS 40125  
49001 ANGERS CEDEX 01  
 [www.cga-france.fr](http://www.cga-france.fr)

Tous droits de reproduction réservés sauf autorisation expresse de « **Le Mag de l'Entrepreneur** ».

Les informations contenues dans les articles signés sont publiées sous la responsabilité de leurs auteurs.

**Bulletin édité pour la Fédération des Centres de Gestion Agréés par :**

CGA Diffusion SAS, 8 B, rue du Patis Tatelin CS 90805 35708 Rennes Cedex 7

**Directeur de la publication :**

David Blanchard

**Responsable conception, réalisation et suivi de la diffusion :**

Sahouly LAIR

2 rue Meissonier, 75017 Paris,

Tél. 01 42 67 98 08

Site internet : [www.cgadiffusion.com](http://www.cgadiffusion.com)

**Maquette, conception et réalisation :**

© JULIEN-Jopub Communication

**Illustrations :**

Emvé

Tél. 03 20 24 20 63

**Crédits photos :**

© Imprimerie JULIEN - Shutterstock

**Impression :**

Imprimerie JULIEN - 62 DIVION

Tél. 03 21 62 30 40

**Dépôt légal à parution :**

N° ISSN 3000-2664

**Commission paritaire :**

N° 0625 G 89624

**Abonnement annuel/6 numéros :**

3,81€.

Ce numéro a été tiré à :

17 166 exemplaires

Sous l'égide de la Fédération des Centres de Gestion Agréés.



Suivez-nous sur les réseaux sociaux !



## CONTINUITÉ ET RENOUVEAU



**David Blanchard**  
Président de la FCGA

*Respecter le travail accompli, mener à bien les multiples chantiers ouverts et oser de nouveaux défis... Quelle que soit l'institution, c'est généralement autour de ces trois axes que se construit une nouvelle mandature. Avec humilité et responsabilité mais aussi audace et créativité. Je ne ferai pas exception à cette bonne règle et c'est avec fierté, gratitude et une claire conscience des enjeux que j'assume désormais ma mission de président de la FCGA.*

*Et c'est avec beaucoup de plaisir que je m'adresse à vous aujourd'hui, lecteurs du Mag de l'Entrepreneur, dirigeants de TPE, collaborateurs des OGA, partenaires experts-comptables et autres acteurs de l'économie de proximité. C'est à vous tous que j'aimerais dédier ce premier éditorial que j'ai l'honneur de signer dans cette édition. D'abord pour vous remercier de votre investissement quotidien en faveur des petites entreprises, et aussi pour vous dire que nous serons toujours à vos côtés pour vous soutenir.*

*Toutes les initiatives menées par la FCGA (partenariats, nouveaux services...) et sur lesquelles nous reviendrons en détail dans un prochain numéro, visent un seul et même objectif : optimiser la qualité de l'accompagnement apporté aux petites entreprises et mettre à leur disposition des outils toujours plus efficaces et mieux adaptés à leurs attentes. Vous l'aurez compris : l'innovation est la clé de la réussite dans un environnement en mutation constante et qui exige en permanence de faire preuve d'adaptabilité et de réactivité.*

*Enfin, alors que s'ouvre cette nouvelle année, je vous souhaite, ainsi qu'à vos proches et à vos équipes, bonheur et succès dans vos projets. Certes, la conjoncture est difficile et l'avenir incertain, mais n'oubliez pas que vous disposez aussi de formidables atouts pour relever les défis de 2024. Et vous n'êtes pas seul ! Toujours à vos côtés, les OGA sont vos fidèles alliés de proximité et vous pouvez compter sur eux.*

## SOMMAIRE

- 02 JURIDIQUE**  
Professionnels libéraux. Comment évaluer votre clientèle libérale ?
- 04 FISCAL**  
Entrepreneurs, professionnels libéraux. Lois de finances : ce qui change en 2024.
- 06 TRANSITION NUMÉRIQUE**  
Entrepreneurs, professionnels libéraux. Baromètre France Num 2023 : connectées, les TPE/PME ?
- 08 ACTUS EN BREF**  
Entrepreneurs, professionnels libéraux. Social, juridique.
- 10 TRANSITION ÉCOLOGIQUE**  
Entrepreneurs, professionnels libéraux. Le vélo, un nouvel allié pour les entreprises.
- 12 MARKETING**  
Le Made In France a le vent en poupe !
- 14 FLASH INFOS**
- 16 DÉVELOPPEMENT DURABLE**  
Seconde main, réparation... Un marché d'avenir ?
- 18 FOCUS MÉTIER**  
L'hôtellerie de plein air affiche complet !



# ENTREPRENEURS, PROFESSIONNELS LIBÉRAUX

## LOIS DE FINANCES : CE QUI CHANGE EN 2024

La loi de finances et la loi de financement de la Sécurité sociale pour 2024 ont été publiées fin décembre 2023. Cette année, les mesures réellement nouvelles pour les artisans, commerçants et professionnels libéraux sont peu nombreuses, aussi bien pour l'impôt sur les bénéfices qu'en matière sociale. Mais d'autres nouveautés sont à connaître. En voici l'essentiel.

Du côté de l'impôt sur le revenu, la pression fiscale devrait rester inchangée en 2024 puisque, pour l'imposition des revenus de 2023, les limites des tranches du barème, ainsi que les seuils et limites qui lui sont associés, sont relevés à proportion de la hausse moyenne des prix à la consommation hors tabac attendue pour 2023 par rapport à 2022, soit 4,80 %.

Pour les employeurs et les salariés, les règles dérogatoires de prise en charge des frais de transport domicile-lieu de travail des salariés applicables en 2022 et 2023 sont prolongées en 2024, et les plafonds d'exonération de la prime transport et du forfait mobilités durables augmenteront de façon pérenne en 2025 (de 100 €, soit 600 € au total dont 300 € au titre des frais de carburant).

À noter aussi que, pour les salariés, l'exonération fiscale et sociale des pourboires volontaires est maintenue en 2024 pour ceux d'entre-eux dont la rémunération n'excède pas 1,6 SMIC mensuel. Côté épargne, un nouveau plan d'épargne avenir climat (PEAC) est créé à destination des jeunes de moins de 21 ans, avec un régime fiscal de faveur qui exonère d'impôt et de prélèvements sociaux les produits et gains générés par le plan. L'arrivée du PEAC

met d'ailleurs fin à la possibilité, pour des parents, d'ouvrir un plan d'épargne retraite (PER) pour leurs enfants mineurs.

Toujours pour les particuliers, la réduction d'impôt Madelin « IR-PME » est complétée par un volet renforcé pour les investissements réalisés entre 2024 et 2028 au capital de jeunes entreprises innovantes, ouvrant droit à une réduction d'impôt au taux de 30 % ou 50 % selon la part de leurs dépenses de recherche. Et le crédit d'impôt des particuliers pour les systèmes de charges de véhicules électriques est quant à lui recentré : pour les dépenses payées à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2024, seules l'acquisition et la pose de systèmes de charges pour véhicules électriques « pilotables » entre heures creuses et pleines ouvrent droit à l'avantage fiscal. En contrepartie, le plafond de cet avantage est augmenté de 300 € à 500 € par système de charge.

Enfin, plusieurs dispositifs de faveur qui devaient prendre fin le 31 décembre 2023 sont prorogés : la réduction d'impôt pour souscription au capital de Sofica, la réduction d'impôt Malraux dans l'immobilier ancien, le plafond majoré pour les dons ouvrant droit à la réduction d'impôt Coluche...

## BARÈME DE L'IMPÔT 2024 SUR LES REVENUS 2023

REVENUS FISCAUX IMPOSABLES	TAUX D'IMPOSITION PAR TRANCHE DE REVENUS
Jusqu'à 11 294 €	0 %
De 11 295 € à 28 797 €	11 %
De 28 798 € à 82 341 €	30 %
De 82 342 € à 177 106 €	41 %
Plus de 177 106 €	45 %

## L'IMPÔT SUR LES BÉNÉFICES

Du côté des bénéfices industriels et commerciaux et des bénéfices non commerciaux, la loi de finances pour 2024 comporte surtout des mesures techniques pour la fiscalité des professionnels. Tout d'abord, un nouveau zonage unique et simplifié dénommé France Ruralités Revitalisation (ZFR) remplace les dispositifs des zones de revitalisation rurale (ZRR) et des zones de revitalisation des commerces en milieu rural (ZoRCoMiR). Il entrera en vigueur le 1<sup>er</sup> juillet 2024. Les conditions pour bénéficier de l'exonération d'impôt sur les bénéfices et des principales exonérations d'impôts locaux dans ce nouveau zonage sont harmonisées. En outre, les employeurs implantés dans les zones de France Ruralités Revitalisation pourront bénéficier du dispositif d'exonération de cotisations sociales à laquelle sont actuellement éligibles les entreprises et les organismes d'intérêt général au titre des embauches effectuées en ZRR. Par ailleurs, la loi de finances pour 2024 prévoit la création d'un crédit d'impôt au titre des investissements dans l'industrie verte (C3IV), afin d'inciter les entreprises à réaliser de nouveaux projets industriels dans les quatre filières clés de la transition énergétique que sont les

batteries, l'éolien, les panneaux solaires et les pompes à chaleur. Sous réserve d'autorisation par la Commission européenne, ce crédit d'impôt, dont le taux varie de 20 % à 60 %, s'applique aux projets d'investissement dont la demande d'agrément est déposée depuis le 27 septembre 2023 et pour lesquels l'agrément est délivré au plus tard le 31 décembre 2025. Autre mesure : les règles d'imposition au régime micro-BIC des loueurs en meublé de tourisme sont durcies. Ainsi, à compter de l'imposition des revenus de 2023, la limite d'application du régime micro-BIC est fixée à 15 000 € pour les activités de location directe ou indirecte en meublé de tourisme. De plus, le taux de l'abattement forfaitaire sur les recettes est également abaissé, de 50 % à 30 % (les loueurs en meublé de tourisme classés en zone rurale peuvent toutefois bénéficier d'un abattement supplémentaire de 21 %).

À noter aussi que, pour les sociétés à l'IS, le dispositif de taxation au taux réduit de 19 % des plus-values de cession de locaux professionnels à transformer en logements est prorogé de trois ans supplémentaires.

## LES MESURES EN MATIÈRE DE TVA

Plusieurs règles nouvelles s'appliquent en matière de TVA. Premièrement, le régime de la franchise en base de TVA sera réaménagé à compter de 2025. Cette franchise sera applicable lorsque le chiffre d'affaires réalisé en France au titre de l'année précédente n'excèdera pas :

- 85 000 € (au lieu de 91 900 € actuellement) pour les activités de vente ou de prestations d'hébergement ;
- 37 500 € (au lieu de 36 800 € actuellement) pour les autres prestations de services.

Si ces seuils sont dépassés, la franchise en base cessera immédiatement de s'appliquer aux professionnels dont le chiffre d'affaires de l'année en cours, réalisé en France, excèdera la limite majorée de 93 500 € (au lieu de 101 000 € actuellement) ou de 41 250 € (au lieu de 39 100 € actuellement).

**À noter :** les avocats, les auteurs des œuvres de l'esprit et les artistes-interprètes bénéficient d'une franchise en base spécifique.

## FRANCHISE DE DROIT COMMUN

ANNÉE D'ÉVALUATION	CHIFFRE D'AFFAIRES NATIONAL TOTAL (€)	CHIFFRE D'AFFAIRES NATIONAL AFFÉRENT AUX PRESTATIONS DE SERVICES AUTRES QUE LES VENTES À CONSOMMER SUR PLACE ET PRESTATIONS D'HÉBERGEMENT (€)
Année civile précédente	85 000	37 500
Année en cours	93 500	41 250

Seconde mesure en matière de TVA : le report de l'entrée en vigueur de la facturation électronique. La loi de finances pour 2024 définit le nouveau calendrier d'entrée en vigueur comme suit :

- obligation d'émettre des factures électroniques à compter du 1<sup>er</sup> septembre 2026 pour les grandes entreprises et les entreprises de taille intermédiaire ;
- obligation d'émettre des factures électroniques à compter du 1<sup>er</sup> septembre 2027 pour les petites et moyennes entreprises et les micro-entreprises.

Dans les deux cas, les dates d'entrée en vigueur pourront être ajustées d'un trimestre, afin d'assurer un déploiement fiabilisé.

La mise en œuvre de la transmission des données de transaction suivra le même calendrier.

**À noter :** l'ensemble des entreprises et professionnels, y compris les petites et moyennes entreprises ainsi que les micro-entreprises, devront être en capacité de recevoir des factures électroniques dès le 1<sup>er</sup> septembre 2026.

## LES AUTRES MESURES FISCALES

En ce qui concerne les impôts locaux professionnels, la suppression de la cotisation sur la valeur ajoutée des entreprises (CVAE), qui devait intervenir en 2024, est repoussée à 2027, sauf pour les redevables de la cotisation minimum. D'ici là, le taux d'imposition sera abaissé progressivement. Dans le même temps, la loi rééchelonne dans le temps la diminution du taux du plafonnement de la contribution économique territoriale (CET) en fonction de la valeur ajoutée : 1,531 % en 2024, 1,438 % en 2025 et 1,344 % en 2026. D'autre part, comme les années précédentes, la loi de finances pour 2024 alourdit une nouvelle fois les taxes sur les véhicules de tourisme et les taxes à l'immatriculation des véhicules les plus polluants. En 2023, la taxe sur les véhicules de société (TVS) a été remplacé par deux taxes : **la taxe annuelle sur les émissions de CO<sub>2</sub> et la taxe annuelle sur l'ancienneté du véhicule**. Ces taxes concernent les professionnels (sociétés et entreprises individuelles) utilisant ou possédant des véhicules de transport de personnes dans

le cadre de leur activité. Dès 2024, ces deux taxes sont modifiées : **la taxe annuelle sur l'ancienneté des véhicules est remplacée par une taxe sur les émissions de polluants atmosphériques**, avec un montant annuel qui varie selon la catégorie d'émissions de polluants à laquelle appartient le véhicule ; **quant à la taxe annuelle sur les émissions de CO<sub>2</sub>, ses tarifs sont durcis au 1<sup>er</sup> janvier 2024, avec un seuil d'application abaissé de 5 grammes par kilomètre**. Le malus CO<sub>2</sub> dû lors de la première immatriculation d'une voiture de tourisme augmente également en 2024, à travers à la fois une hausse conséquente de ses tarifs ainsi qu'un nouvel abaissement de 5 g de CO<sub>2</sub>/km du plancher d'émissions (118 g CO<sub>2</sub>/km au lieu de 123 g CO<sub>2</sub>/km pour les véhicules WLTP). Le barème en fonction de la puissance administrative est également revu à la hausse à compter de 2024 et, enfin, le malus poids (ou taxe sur la masse en ordre de marche des véhicules de tourisme) est élargi avec un seuil de déclenchement, jusque-là fixé à 1,8 tonne, abaissé à 1,6 tonne.

## LES MESURES SOCIALES POUR 2024

La nouveauté la plus importante de la loi de financement de la Sécurité sociale pour 2024 concerne **la réforme de l'assiette des cotisations sociales des travailleurs indépendants non agricoles**, qui interviendra en 2025. En effet, « afin de renforcer l'équité de leurs prélèvements sociaux avec les salariés et d'améliorer leur protection sociale », les cotisations des indépendants - artisans, commerçants, libéraux..., hors micro-entrepreneurs - seront calculées sur **une assiette unique et simplifiée** constituée à partir d'un revenu correspondant au chiffre d'affaires, après déduction des charges professionnelles hors cotisations et contributions sociales, et abattu d'un taux fixé à 26 % (avec un plancher et un plafond), représentatif d'une partie des cotisations et contributions. Pour la cotisation maladie, les taux applicables feront l'objet d'une réduction lorsque les revenus sont inférieurs à un certain

montant à fixer par décret (jusqu'à présent, cette réduction s'appliquait lorsque les revenus étaient inférieurs à 110 % du plafond annuel de la sécurité sociale). Par ailleurs, le taux global de cotisations des micro-entrepreneurs relevant du régime micro-social (ou auto-entrepreneurs) devrait, quant à lui, être modifié en conséquence, de façon à maintenir une équivalence avec le taux effectif de cotisation des travailleurs indépendants « **classiques** ». Enfin, le dispositif expérimental de modulation des cotisations sociales en temps réel sera prolongé jusqu'au 31 décembre 2027, au lieu du 31 décembre 2023. Ce dispositif permet à tout travailleur indépendant qui le souhaite (hors régime micro-social) d'ajuster au mois le mois (ou au trimestre) le niveau de ses acomptes de cotisations en fonction de son activité. Grâce à ce service, il peut payer davantage de cotisations les mois de forte activité et en payer moins lors des périodes creuses...

# ENTREPRENEURS, PROFESSIONNELS LIBÉRAUX. BAROMÈTRE FRANCE NUM 2023 : CONNECTÉES, LES TPE/PME ?

**90 % des entreprises tricolores disposent d'au moins un outil de gestion numérique !** L'édition 2023 du Baromètre annuel France Num montre la place croissante que prend le numérique dans la vie de l'entreprise, malgré une crainte grandissante liée à la cybercriminalité. Analyse.

Chaque année, le baromètre **France Num**, mis en place par le gouvernement, interroge un échantillon significatif de TPE et PME pour comprendre les évolutions, les perceptions, les problématiques auxquelles doivent faire face les entreprises face au numérique, mais aussi les nouveaux usages qu'elles en font. Et en deux ans le nombre de répondants a triplé : cette année 9 453 entreprises ont répondu à l'enquête (dont 6 110 TPE et 2 056

micro-entreprises) contre 4 671 en 2022 et 2 796 en 2021. Deux nouveautés dans les thématiques abordées également : **le numérique durable et l'utilisation des données et de l'intelligence artificielle (IA)**. Des enjeux que le Gouvernement a déclaré vouloir intégrer dans ses stratégies nationales. Les résultats qui suivent sont représentatifs du paysage des TPE et PME en France, aussi bien en termes de taille que de secteur d'activité ou de région.

## DES ENTREPRENEURS CONVAINCUS... EN LÉGÈRE BAISSÉ

La majorité des dirigeants de petites et moyennes entreprises continue à voir les avantages du numérique de manière positive. Cependant, le pourcentage d'entreprises considérant le numérique comme un réel bénéfice diminué légèrement à 76 % (- 5 points par rapport à 2022), avec des variations marquées selon les secteurs d'activité. De plus, 22 % (-6 points) considèrent comme une prio-

rité l'acquisition ou l'amélioration du matériel informatique de leur entreprise. En revanche, il est intéressant de souligner que le taux d'équipement en caméras ou systèmes de vidéosurveillance ou équipements de domotique a presque triplé en 3 ans, passant de 16,7 % en 2020 à 48,2 % en 2023.

## MAIS UNE VISIBILITÉ EN LIGNE QUI RESTE IMPORTANTE POUR LA COMMUNICATION

84 % des petites et moyennes entreprises ont quand même au moins une solution de visibilité en ligne : 67 % via un site internet, 61 % par un réseau social, 55 % par référence sur un annuaire en ligne et 26 % par l'achat de mots clés sur les moteurs de recherche. En revanche, la difficulté à gagner de l'argent avec le numérique

demeure présente puisque seules 39 % des TPE et PME estiment que le numérique peut leur être profitable d'un point de vue péculaire. Les arguments avancés en faveur du numérique concernent plus le domaine de la communication avec les clients (73,6 %) ou avec les collaborateurs (58,7 %).

## L'HÔTELLERIE-RESTAURATION EN TÊTE DE LA VENTE EN LIGNE

27 % des TPE/PME possèdent au moins une solution de vente en ligne, et en moyenne 18 % de leur chiffre d'affaires provient de là. Parmi eux majoritairement des entrepreneurs du secteur de l'hôtellerie restauration (51 %) qui devance même le secteur du commerce

(47 %). Au menu, **sites marchands** (19 %), « **Click and collect** » (12 %), **réseaux sociaux** (10 %) ou **Marketplace** (7 %). Mais la majorité des gérants de TPE/PME (58 %) considère toujours que le e-commerce n'est pas pertinent pour leur activité.

## PRIORITÉ DONNÉE AUX OUTILS DE GESTION

Si la présence en ligne n'est pas adoptée par tous, les outils de gestion, de facturation et de paiement numériques le sont beaucoup plus ! 90 % en possèdent, mais il convient de noter que ce chiffre varie selon la taille de l'entreprise. Pour la facturation par

exemple, si 69 % des entreprises sont dotées d'un outil informatique pour émettre des factures ou en recevoir, ce chiffre bondit à 84 % pour les PME de plus de 10 salariés.

## FACEBOOK GRAND GAGNANT DES RÉSEAUX SOCIAUX

Avec 49,9 % des entreprises dotées d'un compte ou d'une page, **Facebook** reste de loin le choix des entrepreneurs en matière de présence sur les réseaux sociaux, contre 29,3 % pour **Instagram** et seulement 6,6 % sur **X (anciennement Twitter)**. Et parmi les réfractaires, 62,8 % estiment que l'utilisation des réseaux sociaux n'est pas pertinente pour leur métier, loin devant l'effort continu de mise à jour que cela implique (16,6 %) ou le retour sur investissement limité (9,1 %).



## LE RÉFÉRENCEMENT EN BAISSÉ

Si une belle majorité des TPE/PME est toujours présente sur les sites de référencement gratuits comme les **Pages Jaunes** ou **Google My Business**, elles le sont moins que l'année dernière

(54,7 % contre 61,6 % en 2022). Et seulement 25,9 % y consacrent un budget, contre 28,6 % en 2021.

## L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE ENCORE PEU UTILISÉE

Pour cette 3<sup>ème</sup> édition, le Centre de recherche pour l'étude et l'observation des conditions de vie (**CREDOC**) a ajouté de nouvelles questions relatives à la perception des différents outils d'intelligence artificielle (**IA**). Et le constat est sans appel, seule une petite minorité d'entreprises s'y intéresse puisque 92,7 % déclarent ne pas en avoir pour l'instant. Ce nouvel outil qui bouscule le monde de la tech depuis quelques années touche quand même timidement du doigt les TPE/PME : 5 % d'entre elles utilisent une solution **IA**, ce chiffre grimant même à 10 % dans le secteur du service à la personne. Les entreprises interrogées portent en revanche un intérêt plus vif aux solutions d'analyse de données, 11 % y ayant recours, notamment dans le secteur du commerce.



## TOUS TYPES DE BUDGETS REPRÉSENTÉS

Résultat intéressant au niveau du budget : les financements consacrés au digital sont assez équilibrés. 40 % des TPE et PME continuent d'investir au moins 1 000 € par an dans le numérique

et 36 % moins de 1 000 €. Augmentation en revanche à 71 % (+ 4 points) pour celles qui ont l'intention de se lancer dans des projets numériques au cours des deux prochaines années.

## PEUR DE PERDRE ET/OU DE SE FAIRE VOLER SES DONNÉES

Le baromètre 2023 révèle des craintes engendrées par la numérisation de plus en plus présente dans l'esprit des entrepreneurs. Ainsi, 48 % des entreprises sondées (+12 points par rapport à 2020) redoutent la perte et/ou le piratage de leurs données. Ces inquiétudes pourraient expliquer que 81 % des TPE/PME préfèrent avoir

recours aux services de prestataires français (55,5 % privilégient même des prestataires locaux, proches géographiquement de l'entreprise). Une préférence locale qui monte à 63 % pour les secteurs de l'industrie et de la fabrication artisanale.

## LA SOBRIÉTÉ NUMÉRIQUE DIVISE

Fait intéressant et assez parlant, il y a sensiblement le même pourcentage d'entreprises sensibles à la sobriété numérique, ayant déjà mis des outils en place - éco gestes, achats d'équipements numériques d'occasion, recyclages des équipements... - (42,4 %), que d'entreprises n'ayant pas l'intention de s'y mettre (42,3 %).

**À noter :** les dirigeants les plus jeunes sont plus susceptibles de mettre en place des actions en faveur d'un numérique éco-responsable (47 % pour les dirigeants âgés de 31 à 40 ans, contre 25 % pour les plus de 71 ans).

## FRANCE NUM L'INVISIBLE

Si 200 000 TPE et PME ont été accompagnées par **France Num** depuis 2020<sup>(1)</sup>, force est de constater que le dispositif reste encore largement méconnu des entreprises. 93,5 % des entrepre-

neurs interrogés durant l'étude déclarent ne pas connaître **France Num**, ni ses actions comme le chèque numérique, ou les diagnostics gratuits conduits par les **CCI** et les **CMA**.

Depuis 2018, le programme **France Num**, coordonné par la Direction générale des Entreprises (**DGE**), a pour objectif d'aider la transition numérique des TPE/PME, en leur allouant audits, formations et autres aides financières. Depuis 2020 l'organisme publie son Baromètre annuel, qui a pour but de rendre compte de la façon dont les petites entreprises françaises perçoivent les enjeux de la transformation numérique et mettent en place des outils numériques et de nouveaux usages. Toutes les infos sur [francenum.gov.fr](http://francenum.gov.fr).

(1) [www.economie.gouv.fr](http://www.economie.gouv.fr)

# ENTREPRENEURS, PROFESSIONNELS LIBÉRAUX SOCIAL

## LES EMPLOIS FRANCS RECONDUITS EN 2024

Institué à titre expérimental dans des territoires délimités, le dispositif des emplois francs a ensuite été généralisé à l'ensemble des **QPV** (quartiers prioritaires de la politique de la ville) et reconduit chaque année. Alors qu'il devait cesser de s'appliquer le 31 décembre 2023, il a été reconduit une nouvelle fois pour un an et peut donc être utilisé pour des contrats conclus jusqu'au

31 décembre 2024. Les principales caractéristiques des emplois francs sont maintenues sans changement (personnes éligibles, montant de l'aide, ...). **Attention toutefois** : l'employeur n'a plus qu'un mois (au lieu de 3 mois) pour déposer sa demande d'aide à **France Travail** (décret 2023-1353 du 29.12.2023, JO du 30).

## L'AIDE EXCEPTIONNELLE À L'ALTERNANCE PROLONGÉE

L'aide exceptionnelle en faveur des employeurs qui signent des contrats d'apprentissage et de professionnalisation vient d'être reconduite pour les contrats conclus en 2024. Son montant est de 6 000 € et concerne les personnes dont le contrat vise à l'obtention

d'un diplôme ou d'un titre à finalité professionnelle équivalant au plus à un bac+5. L'employeur doit transmettre le contrat à son opérateur de compétences (**OPCO**) pour pouvoir bénéficier de l'aide (décret n° 2023-1354 du 29.12.2023, JO du 30).

## LORSQU'UN SALARIÉ PART EN CONGÉS SANS PRÉVENIR

Faute de convention ou d'accord collectif de travail, c'est à l'employeur que revient la mission de fixer la période de prise des congés des salariés et l'ordre des départs pendant cette période. L'ordre des départs doit ensuite être communiqué, par tout moyen, à chaque salarié un mois avant son départ.

Or, un salarié ne peut pas partir en congés sans l'autorisation de son employeur, même si ce dernier n'a pas rempli ses obligations quant à la période de prise des congés et à l'ordre des départs. Dans

ces circonstances, le licenciement pour cause réelle et sérieuse du salarié est possible (Cour de cassation, chambre sociale 13.12.2023, n° 22-17890 D).

**À noter** : de son côté, l'employeur peut être condamné à verser des indemnités au salarié dès lors qu'il n'a pas pris les mesures propres à lui assurer la possibilité d'exercer effectivement son droit à congé.

## PLAFOND DES ARRÊTS DE TRAVAIL PRESCRITS PAR TÉLÉCONSULTATION

Depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2024, sauf exception, un médecin ne peut plus prescrire ou renouveler des arrêts de travail par téléconsultation d'une durée supérieure à 3 jours, ni porter à plus de 3 jours la durée d'un arrêt de travail déjà en cours. Pour un arrêt plus long, un examen physique s'impose afin de s'assurer de l'état de santé de l'assuré. Le versement des indemnités journalières de Sécurité sociale est suspendu au-delà de 3 jours. **Deux exceptions sont**

**toutefois prévues** : lorsque l'arrêt de travail est prescrit ou renouvelé par le médecin traitant ou la sage-femme référente, ou en cas d'impossibilité, justifiée par le patient, de consulter un professionnel médical pour obtenir, par une prescription réalisée en sa présence, une prolongation de l'arrêt de travail (loi de financement de la Sécurité sociale pour 2024).

## UNE AIDE DE L'URSSAF POUR LES PROFESSIONNELS TOUCHÉS PAR LES INTEMPÉRIES

Le réseau des Urssaf a annoncé la mise en place de mesures d'urgence pour aider les employeurs, les travailleurs indépendants et les auto-entrepreneurs rencontrant des difficultés en raison des récentes intempéries, notamment dans les Hauts-de-France et le Pas-de-Calais.

Les employeurs et les professionnels indépendants peuvent par exemple solliciter de leur Urssaf le report de leurs échéances de cotisations avec la mise en place d'un délai de paiement.

Certains travailleurs indépendants peuvent également bénéficier de l'aide financière du fonds catastrophes et intempéries (**FCI**) mis en place par le Conseil de la protection sociale des travailleurs indépendants (**CPSTI**) s'ils en remplissent les critères (actualité Urssaf du 5-1-2024).





## PASS NAVIGO ET PRISE EN CHARGE DES FRAIS DE TRANSPORT

En Île-de-France, le montant des titres de transport Navigo a augmenté au 1<sup>er</sup> janvier 2024. Or, les employeurs ont l'obligation de prendre en charge, sous peine d'amende, 50 % du prix des titres d'abonnement souscrits par leurs salariés pour leurs déplacements entre leur résidence et leur lieu de travail accomplis au moyen :

- de transports publics de personnes ;
- ou de services publics de location de vélos, comme la location de Vélib'.

Par ailleurs, la loi de finances pour 2024 a prolongé la mesure visant à appliquer, à la part facultative de la prise en charge par l'employeur, les avantages fiscaux et sociaux accordés à la part obligatoire, dans la limite de 25 % du prix des titres. La prise en charge globale de l'employeur peut donc aller jusqu'à 75 % de la valeur du titre de transport, tout en bénéficiant des mêmes exonérations de cotisations et d'impôt sur le revenu que celles attachées à la prise en charge obligatoire.

## JURIDIQUE

### PROLONGATION DES AIDES ÉNERGIE EN 2024

L'Etat a décidé de maintenir un soutien ciblé pour les entreprises disposant de contrats d'électricité signés au cœur de la crise énergétique, à des prix élevés et avec un engagement de longue durée, qui seront encore en vigueur en 2024.

Ainsi, pour les petits consommateurs professionnels d'une taille équivalente à une très petite entreprise (TPE), quel que soit leur statut, le dispositif de plafond de prix à 230 €/MWh est prolongé en 2024. Il est étendu y compris aux petits consommateurs professionnels ayant une puissance souscrite inférieure à 36 kVA, et ce pour tous les contrats signés avant le 30 juin 2023.

Par ailleurs, les très petites entreprises et les petites et moyennes entreprises qui ont conclu leur contrat de fourniture d'énergie avant le 30 juin 2023 peuvent encore être éligibles à l'amortisseur électricité pour l'année 2024 (l'amortisseur permet d'obtenir une réduction de prix sur la facture d'électricité, mais ses paramètres sont modifiés pour 2024). Les entreprises devront remettre à leur fournisseur, avant le 31 mars 2024, une déclaration sur l'honneur attestant qu'elles remplissent les conditions requises (décrets 2023-1421 et 2023-1422 du 30.12.2023, JO du 31).



## TABLEAU DE BORD

**SMIC** : 11,65 €/heure au 1.1.2024 (soit 1 766,92 €/mois sur la base de 35 heures hebdomadaires).

**Minimum garanti (MG)**  
au 1.1.2024 : 4,15 €.

**Plafond SS** : 3 864 €/mois  
du 1.1.2024 au 31.12.2024.

**Indice Insee des prix à la consommation (ensemble des ménages, tabac inclus)** :  
118,23 en novembre 2023, soit -0,2 % en un mois et +3,5 % en un an.

**Indice Insee du coût de la construction** : 2106 au 2<sup>ème</sup> trimestre 2023, soit +3,39 % en un an.

**Indice des loyers commerciaux (ILC)** :  
133,66 au 3<sup>ème</sup> trimestre 2023, soit +5,97 % en un an, +15,52 % en 3 ans et +23,17 % sur 9 ans.

**Taux ESTER (ex-Eonia)** :  
3,88 % au 29.12.2023.

**Taux moyen des découverts au 4<sup>ème</sup> trimestre 2023** : 13,73 %.

**Taux de l'intérêt légal professionnel** :  
5,07 % au 1<sup>er</sup> semestre 2023.

## RÉÉCHELONNEMENT DES PGE JUSQU'EN 2026

Le ministère de l'Economie, la Banque de France et la Fédération bancaire française ont décidé de renouveler jusqu'au 31 décembre 2026 l'accord mis en place le 19 janvier 2022 sur les rééchélonnements des prêts garantis par l'Etat (PGE). Les entreprises

ou les professionnels qui en auraient besoin peuvent ainsi, pendant encore trois ans, renégocier le remboursement de leur prêt garanti par l'Etat (ministère de l'Economie, communiqué de presse du 7.1.2024).

# ENTREPRENEURS, PROFESSIONNELS LIBÉRAUX LE VÉLO, UN NOUVEL ALLIÉ POUR LES ENTREPRISES

Gain de temps dans les villes encombrées, bon pour la santé, la planète, l'image de l'entreprise et le porte-monnaie, le vélo prend de l'ampleur dans le monde de l'entrepreneuriat. Petit tour d'horizon de ce mode de transport en plein essor.

Imaginez, adopter le vélo plutôt que la voiture pour un artisan, intégrer une flotte de vélos-cargo utilitaires (vélo permettant de transporter des charges de 45 kg, voire beaucoup plus) dans une entreprise, ou encore développer un projet entrepreneurial autour du vélo... Les cyclomobilités professionnelles, loin de se restreindre

aux déplacements domicile-travail, sont au cœur du développement d'un nouveau tissu économique de petites entreprises engagées dans un processus de transition. Et si vous faisiez du vélo votre un nouvel allié professionnel ?

## TRANSPORTS : FEU VERT POUR LA MOBILITÉ DOUCE

Depuis toujours le transport est relié à l'économie, au développement des activités, à la vitalité des territoires ou encore à l'emploi. Selon l'ADEME, le secteur des transports est fortement dépendant aux énergies fossiles. Il est aussi le principal émetteur de CO<sub>2</sub>, en étant responsable de plus de 30 % des émissions en France.

Ces constats s'accompagnent d'externalités directes sur la qualité de l'air et la santé. Les politiques publiques mettent progressivement des mesures en place telles que les Zones à Faibles Émissions (ZFE) qui concernent les véhicules thermiques.

Pourtant, moins de 3 % des livraisons dans les ZFE sont réalisées en vélo-cargo alors qu'au début du XX<sup>e</sup> siècle, ces derniers étaient légion au cœur des grandes villes françaises. Ils ont ensuite quasiment disparu de la circulation, avant de faire un retour en force ces dernières années dans des versions électrifiées et plus robustes. Rappelons que dans le cadre de la Loi d'Orientation des Mobilités (LOM) de 2019, des mesures emblématiques telles que l'interdiction de vendre des voitures utilisant des énergies fossiles carbonées à l'horizon 2040 et la mise en place d'un plan vélo afin de tri-

pler sa part dans les déplacements, constituent des signaux forts qui invitent à réinventer la mobilité d'entreprise.



## LA CYCLOMOBILITÉ PROFESSIONNELLE, UNE PRATIQUE QUI SE DÉVELOPPE

Pour concilier sobriété et efficacité en matière de cyclomobilité professionnelle, l'entraide, la solidarité et la proximité sont de véritables atouts. Ainsi, l'association **Les boîtes à vélo** s'est emparée du sujet de l'entrepreneuriat à vélo pour « faire toute sa place au vélo professionnel en France ».

Elle agit, entre autres, au travers de missions de plaidoyer auprès des politiques publiques pour que la cyclologistique soit pleinement intégrée aux politiques de transition comme une solution pertinente pour décongestionner les villes, améliorer la qualité de l'air et maîtriser les dépenses énergétiques liées au transport. Elle agit également pour faire évoluer les infrastructures, ainsi que les mesures fiscales et réglementaires pour permettre à la cyclologistique de se déployer dans de bonnes conditions. Cela se traduit par exemple par le fait de proposer des leviers

pertinents tels que la mise en place d'aides en proportion au moins équivalente à celle des voitures électriques, soit 25 % du prix d'achat afin de favoriser l'adoption du vélo. Initiée à Nantes en 2012, cette organisation compte aujourd'hui 8 associations locales, des collectifs, une union nationale et une centaine d'entreprises.

Pour porter haut les enjeux de la filière, en 2022, la Fédération française de cyclologistique a vu le jour et compte déjà plus de 300 entreprises partenaires. **Les boîtes à vélo animent également un dispositif d'accompagnement complet du nom de Ma cycloentreprise** à destination des très petites entreprises françaises de moins de 10 salariés qui souhaitent s'orienter vers la cyclomobilité professionnelle (petits entrepreneurs, commerçants, artisans ou professions libérales) via des programmes de formations. Véritable tremplin pour les projets entrepreneuriaux autour du

vélo comme outil de logistique, les programmes sont l'occasion de s'inspirer, d'acquérir les connaissances de base sur la cyclomobilité, mais aussi de bénéficier de conseils d'experts. Un nouveau cycle de programme devrait prochainement voir le jour.



## À CHAQUE ACTIVITÉ SON CYCLE

Du nord au sud et d'est en ouest, les entrepreneurs à vélo sillonnent les villes de France ! **Le Xylocope** (Angers) réalise des travaux de menuiserie et de charpente en milieu urbain, **Bicyclopresto** (Grenoble) répare les vélos et les véhicules à assistance électrique, **Croque-moi** (Tourcoing) offre un service de restauration, **Joker Bike** (Lyon) fabrique des

accessoires pour vélo ou encore **Compost'LM** (Mans) qui collecte les déchets organiques pour les valoriser en permaculture. Et la liste est longue ! Une fois dimensionnés et équipés sur mesure, les vélos-cargo permettent de répondre aux besoins d'une grande diversité d'activités. Ces entreprises aux noms évocateurs montrent le chemin vers une façon d'en-

treprendre à la fois créative et conviviale tout en étant économique. Plus d'une dizaine de secteurs ont adopté la cyclo-mobilité professionnelle, qu'il s'agisse des services (vente, réparation, éducation, santé,...), de la culture (tourisme, bibliothèque,...), de la restauration, de l'artisanat, de la filière vélo utilitaire ou de la logistique.

## LA CYCLOGISTIQUE, UN CHOIX COMPATIBLE AVEC LE E-COMMERCE

Avec 1 milliard de colis envoyés chaque année en France, l'**Ademe et le Ministère de la Transition Écologique** se sont intéressés aux impacts du commerce en ligne sur l'environnement avec notamment la logistique du dernier kilomètre. En effet, en plus du suremballage, la distance de transport des colis, la charge des véhicules de livraison et le mode de déplacement des clients constituent un impact non négligeable du e-commerce. Pour permettre aux entrepreneurs de faire des choix éclairés, l'**ADEME** a développé un outil de simulation et d'évaluation, baptisé **ECEL** (pour « Empreinte du Commerce En Ligne »), qui permet de modéliser l'impact environnemental des scénarios de commande et de livraison, en paramétrant chaque étape dont le mode de transport du colis. Dans ce contexte, la cyclogistique présente des atouts indéniables.



## LA FILIÈRE VÉLO, UN AVENIR PROMETTEUR

D'après Patrick Niérat, chercheur en économie des transports à l'Université Gustave-Eiffel et coauteur avec Antoine Robichet et François Combes, d'une étude sur la livraison en vélo-cargo, **la France serait le premier pays européen pour le taux de produits livrés à vélo**. Production, réparation, formation, logistique, la filière vélo regroupe aujourd'hui 78 000 emplois en France et un potentiel de 100 000 créations d'emplois, surtout dans les services à l'horizon 2050. La filière possède de réels atouts pour créer et développer des emplois qualifiés dans tous les territoires, non délocalisables et porteurs de sens. Associés à l'économie sociale et solidaire, les modèles d'entreprises se veulent résilients (**Coopcycle, Tout en vélo**), l'opportunité de contribuer à une culture vélo de masse, gage d'une transformation durable des pratiques de mobilité. C'est aussi la possibilité de déployer une filière vélo écologiquement sobre (via les activités de réemploi et de réparation), en phase avec les enjeux sociaux de la transition écologique.



### POUR EN SAVOIR +

<https://lafabriquedesmobilités.fr/>  
<https://mission-transition-ecologique.beta.gouv.fr/questionnaire>  
<https://infos.ademe.fr/article-magazine/limpact-environnemental-du-commerce-en-ligne/>  
[https://www.ess-france.org/system/files/2023-03/FINAL\\_NOTES\\_VELO\\_web\\_V3.pdf](https://www.ess-france.org/system/files/2023-03/FINAL_NOTES_VELO_web_V3.pdf)

# LE MADE IN FRANCE A LE VENT EN POUPE !

**Et tant mieux ! 3 français sur 4<sup>(1)</sup> se disent prêts à payer plus cher pour un produit fabriqué sur le sol national. Mais qu'est-ce que la mention « Fabriqué en France » ? Comment l'obtenir ? On vous explique tout !**

100 000 visiteurs ! Achevé le 12 novembre dernier, le Salon du **Made in France** a connu un grand succès cette année. « *Au-delà des chiffres, ces quatre jours ont été de l'avis général des grands moments d'échange et de partage* », déclare Fabienne Delahaye, fondatrice de **MIF Expo**. Dans un contexte économique et géopolitique anxiogène, cette 11<sup>ème</sup> édition a été vécue comme un moment hors du temps où l'on pouvait parler de savoir-faire, de préservation de la planète et de l'emploi, de façon bienveillante et positive. « *Les exposants en sont sortis réconfortés et avec un meilleur moral.* » **(2)**. 90 % des visiteurs ont acheté des produits auprès des 1 000 exposants présents.

## UNE INDICATION DÉCLARATIVE CONTRÔLÉE

Tout d'abord, il faut savoir que l'indication de l'origine géographique d'un produit non alimentaire est facultative et laissée à l'initiative du professionnel. Ainsi le marquage « **Fabriqué en France** », « **Made in France** », « **Produit français** » constitue pour qui veut l'apposer une démarche déclarative. **Mais attention**, si vous décidez de mettre cette mention sur vos étiquettes, elle doit être justifiée et ne pas engendrer de confusion pour le consommateur

sous peine d'être sanctionnée comme publicité mensongère ou tromperie sur la marchandise (condamnation pouvant aller jusqu'à 2 ans de prison et 37 500 € d'amende). La **DGCCRF<sup>(3)</sup>** contrôle le marquage de l'origine des marchandises commercialisées sur le marché national en s'appuyant sur la législation douanière pour déterminer l'origine réelle du produit.

## COMMENT DÉTERMINER L'ORIGINE D'UN PRODUIT ?

L'origine d'un produit peut être complexe à déterminer, notamment quand un bien est composé de matières premières d'origines distinctes et dont l'assemblage et la conception sont réalisés dans différents pays. Si le fabricant décide d'indiquer sur son produit une mention d'origine (« **Made in France** », « **Fabriqué en France**... »), celle-ci doit se conformer aux règles d'origine non préférentielle mises en place par les services douaniers de l'Union Européenne. **Pour y avoir accès, deux cas : soit le produit est fabriqué**

**exclusivement en France ou à partir de composants ou d'ingrédients français - l'origine France va alors de soi -, soit la France est le pays où a eu lieu la dernière transformation substantielle** (c'est à dire une transformation majeure du produit, de la valeur ajoutée ou de sa position tarifaire douanière). Ainsi, par exemple, une chemise confectionnée en France à partir de tissu chinois peut revendiquer l'origine française. Bien entendu, les simples finitions ou le conditionnement ne suffisent pas à conférer l'origine à un produit.

## L'INFORMATION SUR LE MADE IN FRANCE (IMF) ACCOMPAGNE LES ENTREPRISES

En France, une procédure dédiée permet aux entreprises de savoir si leurs produits peuvent se voir apposer un marquage d'origine : il s'agit de l'Information sur le Made in France (**IMF**). Porté par la **DGDDI<sup>(4)</sup>**, ce service gratuit accompagne les entreprises tout au long du processus de marquage. « *L'équipe Made In France qui est intervenue a d'abord cherché à comprendre l'intégralité de notre processus de fabrication, les spécifications, les provenances de nos matières et les principales étapes de transformation et de valeur ajoutée de nos produits* », détaille Geoffrey Soler, directeur général de **Henri Selmer Paris**, une entreprise de fabrication d'instruments de musique. « *C'est un élément important de réassurance pour tous nos clients de*

*savoir qu'on préserve le savoir-faire dans l'entreprise et le fait d'avoir fait cette démarche officielle et légalisée la rend plus robuste* **(5)** ».



## MENTIONS ET LABELS INDÉPENDANTS

Le « **Made in** » de la réglementation douanière se différencie des labels de marquage national, fondés sur des cahiers des charges spécifiques et attribués par des organismes certificateurs indépendants. Des structures privées, dont des associations de professionnels, en délivrent aux entreprises qui veulent mettre en avant l'origine française ou territoriale de leurs produits.

Parmi eux on retrouve les indications géographiques (**IG**) qui sont homologuées par l'**INPI<sup>(6)</sup>** ; le label Entreprise du Patrimoine vivant,

reconnaissance de l'Etat distinguant les entreprises aux savoir-faire artisanaux et industriels d'excellence, ou encore la certification Origine France Garantie, émise depuis 2010 par l'association **Pro France**. La Direction générale des entreprises (**DGE**) a édité « **Fabriqué en France - Guide du marquage d'origine** » qui détaille les caractéristiques (modalités de contrôles, spécifications des cahiers des charges) des principaux labels, à destination des professionnels. À télécharger gratuitement sur le site [entreprises.gouv.fr](https://entreprises.gouv.fr).

**(1)** « Les Français et le Made in France », étude Ifop pour Pro France, septembre 2018.

**(2)** MIF Expo - Bilan édition 2023.

**(3)** Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes.

**(4)** Direction générale des douanes et droits indirects.

**(5)** « La douane au service des entreprises : l'Information sur la Made In France (**IMF**) », Youtube Douane Française, novembre 2023.

**(6)** Institut national de la propriété industrielle.

## UN ARGUMENT MARKETING

Aujourd'hui plus que jamais, le **Made in France** ne laisse pas indifférent. En effet, pour les consommateurs tricolores, acheter un produit français est notamment vu comme une manière de soutenir les entreprises françaises (63 %), de participer au maintien de l'emploi dans notre pays (56 %) et représente un gage de meilleure qualité (47 %)<sup>(7)</sup>. La fabrication française et sa valorisation au travers d'un marquage apparaissent donc comme un atout commercial reconnu pour les entreprises. D'ailleurs, certaines qui produisaient à l'étranger en reviennent. C'est par exemple le cas de la société clermontoise **Monbento**, fabricant de « **lunch box** », qui

a relocalisé récemment une partie de sa production en Auvergne-Rhône-Alpes. Mais les progrès concernant la visibilité de la fabrication française sont surtout notables dans l'univers de la mode. 59 %<sup>(8)</sup> des consommateurs estiment qu'il est aujourd'hui facile de se procurer des articles Made in France dans l'Hexagone, là où le manque d'informations sur le sujet était largement déploré il y a quelques années. Cette amélioration démontre le fruit d'un effort des marques à se positionner sur le marquage d'origine, notamment du point de vue de leur communication.

## UN MOUVEMENT DE FOND ACCÉLÉRÉ PAR LA CRISE SANITAIRE

« *La crise sanitaire nous a tous éclairés sur les enjeux qui se jouent avec le Made In France. Enjeux en termes d'emploi, de croissance et de souveraineté* », affirme Fabienne Delahaye, pionnière du Made in France<sup>(9)</sup>. En effet, une étude menée récemment<sup>(10)</sup> montre que la crise de la Covid-19 a renforcé la valorisation des circuits de production locaux et favorisé l'attachement aux produits fabriqués sur le sol national : 61 % des répondants ont déclaré avoir acheté des vêtements Made in France en 2022, 74 % disent faire confiance au

marquage d'origine sur les étiquettes, qu'ils estiment être porteur d'éthique et d'éco-responsabilité et pour 58 %, il représente même un critère prioritaire de leurs achats. Le Made in France constitue donc un vrai mouvement de fond, et ce malgré un élément qui refroidit encore : **son prix**. 52 % du panel interrogé estime que ce facteur reste l'un des principaux points à améliorer, et l'aspect financier demeure le critère le plus important lors de l'achat d'un produit pour 80 % des Français<sup>(11)</sup>.

## LA FILIÈRE TEXTILE FRANÇAISE EN PLEIN RENOUVEAU

Le secteur le plus impacté par le Made in France est celui du textile, en plein renouveau un peu partout sur le territoire. Un nouveau marché, plus qualitatif, porté par la relocalisation de certaines productions mais aussi par les investissements réalisés en amont. Ainsi on assiste à un essor de la filière lin, qui renoue avec la filature notamment. En Bretagne, terre textile ancestrale oubliée depuis 1891, Xavier Denis et Tim Muller ont lancé **Linfini**, une usine de filature, qui devrait ouvrir ses portes en 2024. « *La France est le premier producteur de lin au monde et pourtant, 99 % de cette production végétale est exportée en Asie, et plus particulièrement en Chine, pour être filée* », regrettent les deux porteurs de ce projet<sup>(12)</sup>. Côté laine, on peut féliciter le **Collectif Tricolor**, association interprofessionnelle qui rassemble éleveurs ovins, artisans, manufactures et acteurs de la création puis de la distribution. Mais pour les grandes entreprises aussi le Made in France devient un argument marketing. Par exemple, l'enseigne de prêt-à-porter **Bonobo**, qui compte plus de 400 points de vente, a lancé une collection « **Made in Saint-Malo** ». Un argument de vente puissant lorsque l'on sait que pour 82,3 %<sup>(13)</sup> des Français, un vêtement doit être fabriqué en France pour être considéré comme durable. Cocorico !



## UN LOGO ET UN KIT DE COMMUNICATION À TÉLÉCHARGER GRATUITEMENT

France Industrie propose un kit de communication gratuit pour les entreprises voulant se lancer dans le marquage d'origine. À retrouver sur le site [franceindustrie.org](http://franceindustrie.org).

(7) « Les Français et le made in France » - Sondage Opinionway pour la Chambre de commerce et d'industrie (CCI), octobre 2023.

(8) « Que pensent réellement les Français du Made in France ? », Opinionway pour Première Vision, mars 2022.

(9) Dossier de Presse MIF Expo, 2021.

(10) « Que pensent réellement les Français du Made in France ? », Opinionway pour Première Vision.

(11) « Les Français et le made in France » - Sondage Opinionway pour la Chambre de commerce et d'industrie (CCI), octobre 2023.

(12) « **Linfini** relance l'industrie du lin en Bretagne en créant une usine de filature près de Morlaix », Bretagne économique, novembre 2022.

(13) « L'évolution de la mode durable et de sa perception », IFM pour Première Vision, septembre 2023.

## ENTREPRENEURS, PROFESSIONNELS LIBÉRAUX SEMAINE DES MÉTIERS DU TOURISME

La deuxième édition de la Semaine des métiers du tourisme se tiendra du 18 au 24 mars 2024. Après le succès de la première édition qui a suscité plus de 1 300 événements organisés dans toute la France, ce rendez-vous entre les professionnels du tourisme, les jeunes et les demandeurs d'emploi est reconduit cette année. Le secteur du tourisme, qui génère 2 millions d'emplois directs et indirects, est particulièrement impacté par la pénurie de main-d'œuvre. Cette Semaine des métiers du Tourisme a pour vocation de faire découvrir au grand public, et plus particulièrement aux jeunes et aux demandeurs d'emploi, la grande diversité des professions et formations du tourisme et les nombreuses opportunités de carrière, via la rencontre avec des professionnels de la filière. Pour participer à la Semaine des métiers du tourisme, les institutionnels, entreprises, fédérations professionnelles, associations, écoles/universités du tourisme peuvent organiser et labelliser des événements.



**Bon à savoir :** la plateforme pour demander la labellisation des événements est ouverte depuis le 15 janvier 2024 sur le site internet de la Direction générale des entreprises (DGE).

## HAUSSE DES DÉFAILLANCES D'ENTREPRISES AU 3<sup>ÈME</sup> TRIMESTRE 2023

Selon une étude récente d'Altaires, le nombre de défaillances d'entreprises en France a augmenté de 23 % au troisième trimestre 2023 (par rapport à la même période en 2022) avec près de 11 000 défaillances enregistrées. En moyenne, 4 500 entreprises font défaut chaque mois depuis janvier. Les **PME-ETI** sont particulièrement touchées avec 8,2 % des défauts, un taux au plus haut depuis le 3<sup>ème</sup> trimestre 2010. Plus de 37 000 emplois sont

menacés, un seuil jamais dépassé depuis le 3<sup>ème</sup> trimestre 2016. Thierry Millon, directeur des études Altaires, a déclaré : « Depuis début 2022, le nombre de défaillances bondissait en moyenne de 47 % chaque trimestre. À l'issue de ce 3<sup>ème</sup> trimestre, la hausse (de 23 %) ralentit et les prochains trimestres pourraient également connaître des augmentations plus modérées ». À la fin de 2023, le prévisionnel de 55 000 défauts cumulés reste envisageable.

## OUVERTURE DU FONDS ACCESSIBILITÉ

Le gouvernement vient de confirmer le lancement du Fonds territorial d'accessibilité pour les établissements recevant du public (ERP) de 5<sup>ème</sup> catégorie (**commerces, hôtels, cafés, restaurants mais aussi cabinets médicaux**). Doté d'une enveloppe de 300 M d'€ sur 5 ans, ce Fonds a pour ambition d'accompagner les commerces de proximité, cafés, restaurants, hôtels ou encore les cabinets médicaux dans leur mise en accessibilité. Il permettra de financer à hauteur de 50 %, dans la limite de 20 000 €, les dépenses d'équipements et de travaux pour la mise en conformité avec les critères d'accessibilité. Les dépenses d'ingénierie et d'assistance à maîtrise d'ouvrage peuvent également être prises en charge. Depuis le 2 novembre, les entreprises concernées peuvent déposer leur demande sur le guichet en ligne de l'Agence des services de paiement. Il est possible d'effectuer plusieurs demandes au titre d'une aide pour travaux et équipements et d'une aide pour de l'ingénierie.



**À noter :** le montant total de l'aide maximale attribuée par ERP est de **20 500 € (20 000 € pour les travaux et équipements + 500 € pour l'ingénierie et l'assistance)**. Le porteur de projet peut demander le versement d'une avance de 30 % du montant total de la subvention au moment du commencement de l'exécution du projet.

## ATTENTION À L'ARNAQUE AUX FORMALITÉS PAYANTES !

La Direction de l'information légale et administrative met en garde contre des courriers invitant à payer une somme pour se conformer à une obligation. Ces documents, qui peuvent sembler officiels, sont en réalité des offres commerciales. Ils portent sur des frais non obligatoires et n'ont aucun caractère officiel. Aucune somme ne doit être obligatoirement payée.

**Face à ce type de courrier, voici les 4 bons réflexes à avoir :**

- Lisez attentivement les mentions de bas de page précisant qu'il s'agit d'une « offre facultative ».
- Ne versez jamais une somme d'argent sous la menace d'une sanction financière ou d'une action contentieuse.

- Vérifiez l'orthographe du courrier et l'identité de l'expéditeur.
- Notez la présence de conditions générales de vente, ce qui confirme qu'il s'agit bien d'une offre commerciale.

**Un conseil :** si vous avez déjà payé, contactez votre banque et faites opposition. Vous pouvez aussi demander le remboursement de la somme selon les modalités prévues dans les conditions générales de vente.

**Rappel :** si vous êtes une micro-entreprise, vos formalités de création sont gratuites. Vous ne devez donc rien payer au titre de prétendues « formalités de constitution ».

## UN SIMULATEUR POUR CALCULER LES INDEMNITÉS DE LICENCIEMENT

Ce nouvel outil en ligne permet aux salariés et aux entreprises de calculer les indemnités de licenciement dues ou à verser. Il est accessible sur le site Code du travail numérique : [code.travail.gouv.fr](http://code.travail.gouv.fr). Le simulateur s'appuie sur **47 conventions collectives** et calcule à la fois l'indemnité légale de licenciement (correspondant au Code du travail) et l'indemnité conventionnelle (correspondant à la convention collective dont dépend votre entreprise). Le calcul prend en compte l'ancienneté et le salaire de référence, et le montant final proposé est celui qui correspond à l'indemnité la plus favorable pour le salarié. Pour obtenir une simulation fiable, il faut fournir des informations telles que les dates d'entrée et de sortie de l'entreprise,

la date de notification du licenciement, et le montant des salaires des 12 derniers mois. N'oubliez pas de renseigner la convention collective car celle-ci peut générer un résultat plus favorable que celui défini par le Code du travail. Si la convention collective ne peut pas être renseignée, la simulation peut tout de même avoir lieu et fournira un résultat basé uniquement sur le Code du travail.

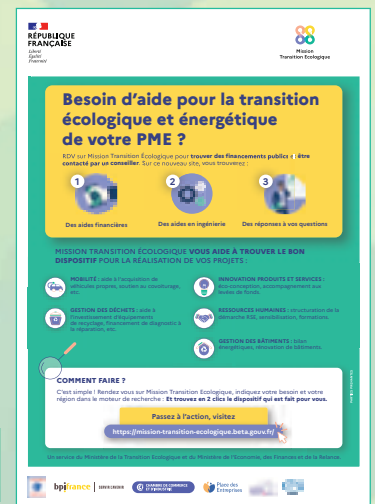
**À noter :** une fois le montant de l'indemnité calculé, vous pourrez voir le détail des opérations et l'imprimer. Cette synthèse récapitule toutes les données fournies pour établir la simulation, la formule utilisée pour le calcul, le résultat, et toutes les sources juridiques.

## LANCEMENT DE LA PLATEFORME MISSION TRANSITION ECOLOGIQUE

La Direction de l'information légale et administrative (DILA) vient d'annoncer le lancement de la plateforme numérique **Mission Transition Ecologique** : [mission-transition-ecologique.beta.gouv.fr](http://mission-transition-ecologique.beta.gouv.fr).

Sa vocation ? Accompagner la transition écologique des TPE/PME et faciliter leur accès aux aides disponibles. Elle comprend deux parcours pour identifier les aides et les dispositifs d'accompagnement adaptés à leurs besoins. Des appuis offerts par les multiples partenaires de la plateforme, tels que **l'ADEME, la CCI, la CMA, Bpifrance**, entre autres. Vous pouvez filtrer les résultats selon le type d'aide recherché et l'objectif poursuivi. Pour chaque aide, la plateforme **Mission Transition Ecologique** passe en revue toutes les informations utiles : étapes de la demande d'aide, organisme à contacter, nature de l'aide, son coût éventuel, montant du financement, la durée...

**À noter :** il est aussi possible d'envoyer directement en ligne sa demande d'aide après avoir rempli un court formulaire.



## NOUVEAUX SEUILS DE PROCÉDURE FORMALISÉE POUR LES MARCHÉS PUBLICS

De nouveaux seuils de procédure formalisée appliqués aux marchés publics sont en vigueur depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2024. Révisés tous les deux ans pour prendre en compte l'évolution monétaire des États signataires, ces seuils seront donc valables pour les années 2024 et 2025. **Rappel :** la procédure mise en œuvre dépend de la valeur estimée du marché public et de la fonction de l'organisme public avec lequel le marché est passé. Lorsque la valeur du marché est supérieure ou égale aux seuils européens, la procédure dite formalisée est appliquée.

**Voici les seuils publiés au Journal officiel de l'Union européenne applicables pour la période 2024-2025 :**

- Marchés de fournitures et de services passés par des autorités publiques centrale : 143 000 € ;

- Marchés de fournitures et de services passés par une collectivité territoriale, un établissement, un groupement local ou un autre acheteur : 221 000 € ;
- Marchés passés par une entité adjudicatrice opérant dans les secteurs de l'eau, de l'énergie, des transports et des services postaux : 443 000 € ;
- Marchés de travaux et les contrats de concessions : 5 538 000 €.

**Attention :** le « saucissonnage » des marchés publics est interdit. Cette pratique consiste à passer plusieurs procédures de faible montant les unes après les autres afin de rester sous les seuils de procédures formalisées.

## LANCEMENT DU PROGRAMME « CYBER PME »

« **Cyber PME** », c'est parti ! Ce nouveau dispositif d'appui-conseil s'inscrit dans le plan France 2030. **Objectif :** accompagner les **PME** et les **ETI** dans leur montée en compétences dans le domaine de la cybersécurité. Doté d'une enveloppe de 12,5 M d'€, il offre une approche à 360°, allant du diagnostic à la mise en œuvre d'un plan d'action, y compris l'achat de solutions. Le programme « **Cyber PME** » est piloté par la Direction générale des Entreprises (DGE) et opéré par **Bpifrance**, en lien avec l'Agence Nationale de la Sécurité des Systèmes d'Information (ANSSI) et le Secrétariat

général pour l'investissement (SGPI). Les bénéficiaires disposeront d'un accompagnement sur mesure avec un expert accompagnateur désigné par Bpifrance. « **Cyber PME** » fournira un appui précieux à plusieurs centaines d'entreprises qui seront concernées dès l'automne 2024 par les exigences de la **directive NIS 2** (traite des systèmes d'information et de la continuité d'activité) et doivent d'ores et déjà préparer leur mise en conformité. Pour candidater, c'est ici : [www.entreprises.gouv.fr](http://www.entreprises.gouv.fr)



## SECONDE MAIN, RÉPARATION... UN MARCHÉ D'AVENIR ?

**Les chiffres ne trompent pas : le marché de la seconde main pèse aujourd'hui plus de 7 Md d'€ en France, et ce n'est pas prêt de s'arrêter. Et pour cause. Répondant aux enjeux actuels d'écologie, de reprise du pouvoir d'achat et de recherche d'authenticité, il séduit de nombreux consommateurs.**

Loin d'être anecdotique, le marché de la vente de produits ayant déjà servi à quelqu'un connaît une croissance remarquable depuis 2020. En 2023, près de 3 Français sur 4 déclarent avoir acheté un produit d'occasion au cours de l'année (+9 points par rapport à 2021)<sup>(1)</sup>. Portée par la crise économique autant que par l'urgence écologique, cette évolution traduit la volonté des acheteurs de se diriger vers un schéma d'économie circulaire plus durable, plus éthique... et moins cher.

### UN MARCHÉ NÉ DU C TO C<sup>(2)</sup>...

Lancée en 2013, la plateforme lituanienne de vente entre particuliers **Vinted** a fêté ses 10 ans de succès, avec 20 millions d'utilisateurs en France. D'autres sites spécialisés, comme **Leboncoin** ou **Back Market**, se portent également très bien. En effet, au départ, le marché de l'occasion se fait plutôt entre particuliers. Mais cet essor, encore largement dominé par le commerce **C to C (ou C2C)**, beaucoup d'enseignes l'ont compris et s'emparent de l'opportunité que représente cette nouvelle tendance de consumma-

tion. **Zara**, par exemple, vient de lancer sa plateforme de seconde main en septembre dernier, appuyant sur le côté écologique de la démarche. À l'image de la célèbre marque espagnole, de plus en plus d'acteurs de la mode se tournent vers ce créneau, tous segments confondus, de l'habillement enfant (**Petit Bateau** par exemple propose le concept depuis 2017) au luxe en passant par les marques de prêt-à-porter traditionnelles, comme **Kiabi**...

### ... PORTÉ PAR LES PLUS JEUNE ET LES FAMILLES

Il existe de fortes disparités générationnelles dans l'usage de la seconde main. Une étude menée en 2022<sup>(3)</sup> montre que si 71 % des moins de 45 ans font régulièrement des achats d'occasion, seuls 47 % des plus de 60 ans y ont recours. Les 18-29 ans, quant à eux, se distinguent par un usage plus marqué de produits reconditionnés puisqu'ils sont 29 % à en acheter. Un moyen plus abor-

dable de disposer de smartphones ou autres produits high-tech derniers cris. **À noter aussi**, la présence importante des familles avec enfants de moins de 15 ans puisque 74 % d'entre elles affirment acheter et vendre d'occasion. La raison est essentiellement financière, mais la dimension environnementale est également évoquée, ainsi que la possibilité d'accéder à des produits de luxe.

### OBJECTIF REVENTE

Fait intéressant chez les plus jeunes, la seconde main est tellement intégrée dans les usages que même leurs habitudes d'achat de neuf s'en trouvent impactées. En effet, leurs décisions d'achat sont aujourd'hui motivées par la... revente. Sujet qui prend d'ailleurs différentes formes. Plus de la moitié des membres de la **génération Z** (personnes nées entre 1997 et 2010) favorisent aujourd'hui les marques qui proposent des articles d'occasion en

plus des produits neufs (+6 points par rapport à 2021), et 42 % sont moins enclins à acheter un article vestimentaire s'il n'a pas une bonne valeur de revente. Dans le même esprit, 82 % des 18-29 ans affirment prendre en compte la valeur de revente d'un objet avant de l'acheter. Un constat qui montre à quel point cet usage renvoie aussi à un moyen d'augmenter le pouvoir d'achat.

### UN POSITIONNEMENT À TROUVER POUR LES ENTREPRISES

Si la clientèle existe, la relation directe entre consommateurs est néanmoins loin d'offrir toutes les réassurances attendues par les clients : 77 % des Français déclarent qu'acheter un produit d'occasion c'est prendre un risque, et 40 % des acheteurs évoquent l'absence de garantie comme freins à l'achat (notamment sur le petit électroménager et les produits de bricolage). D'ailleurs, 85 % des acheteurs d'occasion affirment effectuer systématiquement des vérifications pour se sécuriser avant d'acheter (sur le vendeur ou l'état du produit)<sup>(4)</sup>. La seconde main représente donc un réel potentiel de développement pour les entreprises, tout en nour-

issant leur stratégie de responsabilité sociétale ou sociale (**RSE**). Pour faire la différence il faudra nécessairement axer le positionnement autour de la réassurance en apportant les garanties que le CtoC n'offre pas, tout en incluant le choix et l'attractivité des prix. En 2021, **les Galeries Lafayette et le Printemps** ont lancé des services d'occasion en magasin et en ligne. « *Que de si grandes enseignes historiquement caractérisées par la vente physique, l'expérience client et les produits premium s'y mettent, ça a été un signal fort* », reconnaît Gildas Minvielle, directeur de l'Observatoire économique de l'**IFM**<sup>(5)</sup> dans les colonnes de **Ouest France**<sup>(6)</sup>.

(1) « Marché de la seconde main 2023 : Un phénomène de société qui cache des réalités de consommation très contrastées », La seconde main - Observatoire Novascope 2023.

(2) « Customer to customer », de particulier à particulier en français.

(3) Access Panel France 2022 : « Commerce physique ou digital dans l'ère post-Covid ? », octobre 2022.

(4) « Marché de la seconde main 2023 : Un phénomène de société qui cache des réalités de consommation très contrastées », La seconde main - Observatoire Novascope 2023.

(5) Institut Français de la Mode.

(6) « Zara, Éram... Face à Vinted, les enseignes de prêt-à-porter ripostent sur le marché d'occasion », Ouest France, septembre 2023.





## RÉPARER PLUTÔT QUE JETER

Pour consommer plus durable, **une autre solution : (faire) réparer ses objets.** Ici aussi beaucoup d'initiatives de particuliers ou d'associations (**FabLab, Repairs cafés...**) mais des professionnels de plus en plus nombreux, soutenus par des organismes comme l'agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie (**Ademe**). Depuis 2021 un « **indice de réparabilité** » (par le biais d'une **notation de 0 à 10**), a été mis en place par la loi anti-gaspillage pour une économie circulaire (**loi Agec**), permet aux consommateurs de vérifier simplement et rapidement si le pro-

duit qu'ils envisagent d'acheter sera facile ou non à réparer. Plusieurs critères sont pris en compte : **le prix des pièces détachées, leur durée de disponibilité, la démontabilité, la disponibilité de la documentation technique.** En outre, pour faciliter la démarche de réparation, un site Internet dédié a été mis en place par l'Ademe. [Longuevieauxobjets.gouv.fr](http://Longuevieauxobjets.gouv.fr) recense un annuaire de réparateurs sûrs et propose un outil de diagnostic des pannes ainsi que divers tutoriels. **Objectif annoncé** : atteindre 60 % d'appareils réparés d'ici à cinq ans contre 40 % actuellement.

## LE BONUS RÉPARATION POUR INCITER LES FRANÇAIS

Pour encourager les consommateurs à faire réparer leurs objets plutôt que de les jeter au profit d'équipements neufs, le gouvernement a instauré un « **bonus réparation** » depuis décembre 2022. Pour en bénéficier, il suffit d'aller chez un réparateur labellisé **QualiRépar**, le bonus est déduit directement de la facture et c'est au professionnel de se faire rembourser auprès des fonds mis en place pour l'occasion. Allant de 7 à 50 €, ce bonus concerne une

grande catégorie d'appareils électroniques et électroménagers mais aussi les chaussures et les vêtements depuis novembre dernier. Le détail des montants de bonus alloués selon les différents objets est à retrouver sur le site [ecologie.gouv.fr](http://ecologie.gouv.fr). Selon **Ecosystem**, l'un des organismes financeur et gestionnaire du dispositif, plus de 176 000 objets ont déjà été réparés avec bonus<sup>(7)</sup>.

## 1 200 PROFESSIONNELS LABELLISÉS EN 2023

L'univers de la réparation fait intervenir plusieurs types d'interlocuteurs professionnels de l'auto-entrepreneur à la PME, en passant par les grands groupes de distribution. S'il est relativement complexe de référencer le nombre exact d'acteurs dans cette filière, l'**Ademe** estime qu'il existe environ 30 000 sites de réparation en France<sup>(8)</sup>. Or, en 2023, seuls 1 200<sup>(9)</sup> d'entre eux béné-

ficiaient du label QualiRépar, attestant leur fiabilité et condition sine qua non à l'obtention du bonus cité ci-dessus. Une présence encore faible et surtout très inégalement répartie sur le territoire, puisque des endroits comme la Lozère ou la Creuse n'en comptent aucune.

## COMMENT OBTENIR LA LABELLISATION QUALIRÉPAR ?

Pour obtenir la labellisation concernant les appareils électriques ou électroniques, artisans, réparateurs indépendants, réparateurs industriels, Services-Après-Vente (**SAV**) fabricants et SAV distributeurs peuvent déposer une demande via un portail unique géré par l'éco-organisme **Ecosystem**. Le dossier sera ensuite pris en charge par une structure certificatrice indépendante et il faudra compter entre 6 et 8 semaines pour obtenir le label. **Des nouveautés ont été annoncées pour 2024 : un remboursement du bonus sous 15 jours, une simplification de la démarche labellisation et une plateforme unique de remboursement.** Dans la filière habillement (artisans cordonnier ou retoucheurs, marques ou encore les distributeurs proposant un service de réparation), la labellisation se fait via un portail unique géré par l'éco-organisme **Refashion**.



## RÉEMPLOYER LES INVENDUS

Le gouvernement l'a annoncé dans les mesures gouvernementales prévues pour 2024 : « *les industriels auront l'interdiction de détruire leurs produits invendus non alimentaires. Ils devront être donnés, recyclés ou réemployés* ».

(7) [www.label-qualirepar.fr](http://www.label-qualirepar.fr)

(8) « Fonds réparation de la filière équipements électriques et électroniques », Ademe, 2021.

(9) Observatoire du fond réparation, CLCV, 1<sup>er</sup> trimestre 2023.

# L'HÔTELLERIE DE PLEIN AIR AFFICHE COMPLET !

**Si les campings ne désemplissent pas, ce sont surtout les concepts haut de gamme qui tirent la croissance du secteur. Une offensive des groupes intégrés qui menace les petites structures traditionnelles.**

À cœur des forêts, au bord des lacs ou face à la mer, les campings séduisent de plus en plus de vacanciers en quête d'authenticité. Retour aux sources, aventure entre amis ou escapade en famille, le succès de ce mode d'hébergement ne se dément pas. Sous la tente ou dans un mobil-home, les campeurs affluent en masse dans ces hébergements en pleine nature qui séduisent tant les Français. Si l'hôtellerie de plein air connaît un essor fulgurant, les petits acteurs indépendants du marché doivent cependant naviguer dans un environnement de plus en plus concurrentiel. En France, le marché est en pleine mutation avec l'arrivée de groupes puissants et même de fonds d'investissement attirés par la forte rentabilité de l'activité (autour de 5 %). Depuis deux décennies, la demande ne cesse de croître, et le chiffre d'affaires du secteur a presque triplé depuis 2000, atteignant pratiquement 3 Md d'€ aujourd'hui. Cette croissance est surtout portée par la montée en gamme des campings

et le développement de nouveaux standings (4 et 5 étoiles). La recette du succès ? **Convivialité, mixité sociale, confort, rapport qualité-prix et écologie.** Ce sont les principaux enseignements d'une enquête menée par l'IFOP en mars 2023 pour la Fédération nationale de l'hôtellerie de plein air (FNHPA). « Dans un contexte de baisse du pouvoir d'achat, le rapport qualité-prix comme motivation principale du choix du camping comme mode d'hébergement remporte la majorité des réponses (61 % contre 49 % en 2020) », décrypte le service communication de l'organisation professionnelle. 97 % des Français interrogés s'accordent à dire que la diversité de l'offre de campings permet facilement de trouver une offre adaptée à son budget (du plus modeste avec les emplacements nus en camping 1 étoile au plus luxueux avec les hébergements locatifs haut de gamme en camping 5 étoiles).

## DES CHIFFRES RECORDS EN 2022

La France, terre de campings et de liberté, attire chaque année une multitude de campeurs en quête d'évasion. Entre forêts verdoyantes, lacs scintillants et plages dorées, les emplacements se remplissent, les tentes s'érigent, et les caravanes se déploient. En 2022, près de 136 millions de nuitées ont été enregistrées entre avril et septembre, soit une hausse de 7,5 % par rapport à la même période en 2019, année qui détenait jusqu'alors le record de fréquentation. C'est comme si la crise sanitaire avait réveillé l'âme de campeur qui sommeillait en chacun de nous... « L'hôtellerie de plein air a bénéficié en 2022 d'un démarrage de saison précoce dès le mois d'avril, et d'excellents taux d'occupation sur juillet-août, qui se sont poursuivis jusqu'au mois de septembre », confirme la Fédération nationale de l'hôtellerie de plein air (FNHPA). Les chiffres de la saison 2022 d'Atout France confirment ainsi un retour à la situation d'avant la crise sanitaire en matière de fréquentation des hébergements touristiques en France dans le secteur de l'hôtellerie de plein air. « Malgré la levée des restrictions de voyage liées au contexte sanitaire, la saison 2022 a majoritairement été portée par la clientèle domestique, à la recherche d'un tourisme de proximité, mais a également vu le retour progressif de la clientèle étrangère, et notamment européenne », analyse la FNHPA. Même son de cloche du côté de l'institut Xerfi. Pour Cathy Alegria, directrice d'études : « L'hôtellerie de plein air s'est ainsi hissée en tête des solutions

d'hébergement privilégiées en 2022, tirant pleinement parti de son très bon rapport qualité-prix et de son positionnement « nature ». Elle a aussi démontré sa capacité à élargir et à fidéliser sa clientèle grâce à la généralisation des mobil-homes et à ses multiples infrastructures de loisirs ». Avec un bond de plus de 20 %, l'activité a largement dépassé son niveau d'avant-crise.



## RETOUR DES CAMPEURS ÉTRANGERS

Toujours selon Xerfi, après deux années marquées par la pandémie de Covid-19, les campeurs étrangers ont fait leur grand retour en 2022. « Les nuitées des non-résidents se sont en effet envolées de près de 75 % par rapport à une année 2021 encore difficile. Les campeurs allemands, belges et néerlandais - trois clientèles importantes pour les établissements français - ont notamment été plus nombreux ». En revanche, les touristes britanniques ont à nouveau manqué à l'appel en raison des conséquences du Brexit et de la baisse des cours de la livre. Pour la FNHPA, malgré la levée des restrictions de voyage liées au contexte sanitaire, la saison 2022 a majoritairement été portée par les touristes Français. Plus que tout autre mode d'hébergement, le camping continue de bénéficier du fort regain d'intérêt des Français pour un tourisme de proximité à taille humaine, en plein air, à la découverte

des régions de France. « Pour autant, les chiffres montrent un retour progressif de la clientèle étrangère (+1,4 % par rapport à 2019), quasi-exclusivement européenne, surtout les Néerlandais, Allemands, Belges et Suisses. Ainsi, la clientèle des campings en 2022 s'est répartie de la manière suivante : 72 % de Français et 28 % d'étrangers ».

Parmi les touristes étrangers, les pays les plus représentés restent nos voisins directs : Pays-Bas, Allemagne et Belgique, représentant 71 % de la fréquentation de la clientèle étrangère en camping en cumulé. Le Royaume-Uni, a également effectué son grand retour, représentant un volume supérieur à celui de 2021, mais un niveau encore inférieur de 21 % à celui de 2019. Tandis que les Italiens, les Espagnols et les Néerlandais, eux, ne semblent pas encore avoir tout à fait repris leurs habitudes touristiques d'avant la crise sanitaire.

## MONTÉE EN GAMME

Les campings ne sont plus de simples terrains où l'on plante sa tente. Ils se transforment en véritables havres de bien-être. Les étoiles scintillent au-dessus des mobil-homes, et les infrastructures rivalisent avec celles des hôtels. Les campings 4 et 5 étoiles se multiplient, offrant des services dignes des plus grands complexes hôteliers. Piscines chauffées, spas, restaurants gastronomiques, animations pour petits et grands... Tout est pensé pour séduire une clientèle exigeante. « C'est vrai », reconnaît Mario, gérant d'un camping 2 étoiles de 40 emplacements dans le Pas-de-Calais. « Les campeurs d'aujourd'hui ne se contentent plus d'un simple coin d'herbe. Ils veulent des emplacements spacieux, des sanitaires impeccables, et des activités variées ».

Les néo-campeurs, fraîchement convertis à la vie sous la tente, recherchent une expérience à la fois authentique et confortable. Ils veulent se ressourcer, mais sans renoncer au bien-être. « Ce n'est pas toujours facile pour nous car nos clients ont parfois des envies contradictoires... Ils veulent se rapprocher de la nature mais viennent se plaindre s'ils trouvent une bestiole dans la tente ou des fourmis dans un bungalow... », ajoute Gwenola, employée saisonnière dans différents campings du Morbihan et du Finistère. Toujours est-il que les campings de luxe ont le vent en poupe. Et que ce sont bien eux qui tirent la croissance de l'hôtellerie de plein air. Une tendance de fond qui transforme profondément la structure même du marché. Aux traditionnels campings indépendants,

folkloriques et pas toujours très confortables mais si attachants, succèdent des sites haut de gamme qui ressemblent à des palaces. Encore minoritaires en nombre de campings détenus, les groupes intégrés (**Capfun, Yelloh ! Village, Camping Paradis, ...**) contrôlent déjà environ 65 % du marché. Ces géants, qui totalisaient plus de 200 000 emplacements en 2022, ont une autre conception du métier. Ils souhaitent standardiser et moderniser les campings. Leur offre repose sur des emplacements équipés de mobil-homes ultra-confortables et sur le développement d'infrastructures massives de loisirs. Face à cette offensive des mastodontes financiarisés, les campings traditionnels s'interrogent sur leur avenir avec une question majeure : comment se démarquer de ces nouveaux concepts en restant fidèles à leur identité ?

## COMPARATIF DES NUITÉES ESTIVALES 2023-2022 SELON LES ESPACES TOURISTIQUES

En 2023, selon l'INSEE, la fréquentation estivale représente 101,7 millions de nuitées sur le littoral français tous hébergements confondus. C'est sensiblement le même niveau que pendant l'été 2022. On observe que la forte augmentation de la fréquentation non-résidente (+7,1 %, soit 1,7 million de nuitées supplémentaires) compense largement la baisse de la fréquentation résidente (-1,9 %). La clientèle domestique reste cependant nettement majoritaire sur cet espace touristique avec près de trois nuitées

sur quatre. La clientèle non-résidente, qui représente 38,0 % des nuitées estivales dans les hôtels, est traditionnellement moins présente dans les campings et les autres hébergements collectifs de tourisme (AHCT). Mais la hausse de la fréquentation des non-résidents en 2023, combinée à une moindre fréquentation domestique, les nuitées non-résidentes représentent désormais 29,4 % des nuitées en campings et 17,9 % dans les AHCT.

Espaces touristiques	Hôtels (en millions)	Campings (en millions)	AHCT (en millions)	Ensemble (en millions)	Part des non résidents (en %)
<b>Été 2022</b>					
Littoral	20,6	64,5	16,3	<b>101,5</b>	23,8
Massifs de montagne (hors littoral)	12,0	20,3	10,8	<b>43,1</b>	23,4
Hors littoral et montagne	57,7	30,6	15,8	<b>104,2</b>	35,6
<b>Ensemble</b>	<b>90,3</b>	<b>115,5</b>	<b>43,0</b>	<b>248,8</b>	<b>28,7</b>
<b>Été 2023</b>					
Littoral	19,9	66,2	15,7	<b>101,7</b>	25,5
Massifs de montagne (hors littoral)	11,9	20,8	10,4	<b>43,1</b>	25,3
Hors littoral et montagne	57,2	32,0	15,5	<b>104,6</b>	37,7
<b>Ensemble</b>	<b>89,0</b>	<b>118,9</b>	<b>41,5</b>	<b>249,4</b>	<b>30,6</b>

**AHCT** : autres hébergements collectifs de tourisme / **Notes** : La saison d'été couvre les mois de mai à août. Les données 2023 sont provisoires / **Lecture** : Les hôtels du littoral totalisent 19,9 millions de nuitées durant la saison d'été 2023 / **Champ** : France

## LES CHIFFRES CLÉS DE LA PROFESSION

- **Chiffre d'affaires** : 2,8 Md d'€
- **Nombre d'établissements** : 10 506
- **Nombre d'emplacements** : 901 798
- **Nombre de salariés** : 50 000 (10 000 permanents et 40 000 salariés)

**Source** : FNHPA.

GÉREZ FACILEMENT  
VOTRE RELATION CLIENT  
ET CONTRIBUEZ  
AU DÉVELOPPEMENT  
DE VOTRE ACTIVITÉ



Avec **FID PRO**, la carte bancaire de vos clients devient leur carte de fidélité. Découvrez leurs habitudes d'achat et proposez-leur des offres personnalisées.

**BANQUE  
POPULAIRE** 

la réussite est en vous

