



# LES RÉSEAUX PROFESSIONNELS DU BÂTIMENT

Le point de vue et l'expérience des  
entreprises artisanales

- Septembre 2011-

# Objectifs de l'enquête

**L'Institut Supérieur des Métiers conduit en 2011 une étude sur les réseaux professionnels du bâtiment structurés et pilotés par des opérateurs extérieurs au secteur, qu'ils soient industriels (fabricants de produits du bâtiment), distributeurs (principalement les grandes surfaces de bricolage), assureurs ou fournisseurs d'énergie, en vue généralement d'assurer des travaux d'installation ou de dépannage pour le compte de leurs clients. Cette étude vise à actualiser l'information sur ces réseaux (la seule étude disponible à leur sujet ayant été réalisée en 2000), mais aussi à analyser les motivations et le retour d'expérience des entreprises adhérentes.**

Une première phase des travaux, réalisée à travers l'interrogation d'une trentaine d'opérateurs de réseaux, a permis de caractériser le fonctionnement des réseaux et de chiffrer à 40.000 environ le nombre d'entreprises adhérentes.

Le second volet –dont les résultats sont présentés ci-après visait à connaître le point de vue de ces entreprises. Pour ce faire, 404 entreprises artisanales ayant développé des courants d'affaires avec des opérateurs externes au secteur du bâtiment ont été enquêtées par voie téléphonique et interrogées sur leurs motivations, les retombées de ces marchés en terme d'activité, de qualification voire d'organisation, ainsi que les éventuelles difficultés rencontrées.

Un échantillon « miroir » de 300 entreprises non partenaires a également été interrogé de façon à évaluer la posture générale des entreprises artisanales du bâtiment par rapport à ces réseaux professionnels.

Les résultats sont analysés et commentés au regard des déclarations des opérateurs de réseaux d'une part, et des résultats de l'enquête précédemment réalisée en 2000 d'autre part.

# Définitions

- **Réseau professionnel :**

Sont désignés sous ce vocable les réseaux d'entreprises artisanales du bâtiment constitués par des opérateurs industriels, assureurs, enseignes de distribution ou fournisseurs d'énergie, cela à l'exclusion de toute autre forme de relations inter-entreprises (comme par exemple les coopérations entre seules entreprises artisanales du bâtiment, la sous-traitance entre entreprises du BTP, les réseaux d'architectes, les réseaux mis en place par les courtiers en travaux...).

- **Entreprise partenaire :**

Une entreprise partenaire est une entreprise artisanale du bâtiment ayant des courants d'affaires avec les réseaux professionnels, cela quel que soit le degré de formalisation du partenariat.

- **Entreprise adhérente :**

Est désignée comme entreprise adhérente les entreprises ayant des courants d'affaires avec les réseaux professionnels et dont le partenariat a été formalisé soit par la signature d'un contrat, soit par la signature d'une charte.

- **Autres entreprises :**

Sont désignées ainsi les entreprises artisanales du bâtiment n'ayant développé aucun courant d'affaire avec les réseaux professionnels.

# Méthode

Les entreprises ont été interrogées par voie téléphonique entre le 15 mai et le 15 juillet 2011 sur la base d'un échantillon tiré aléatoirement par l'INSEE de 28.000 entreprises artisanales du bâtiment créées avant le 1<sup>er</sup> janvier 2009 et dont l'effectif est compris entre un et 20 salariés (l'enquête auprès des opérateurs avait en effet montré que la probabilité d'appartenance à un réseau était insignifiante pour les entreprises nouvellement créées et pour les entreprises « solos », sans salarié).

L'échantillon-mère commandé était très large, dans la mesure où les entreprises ayant développé des partenariats avec des réseaux professionnels ne sont pas identifiables directement à partir de SIRENE. Il a donc été nécessaire d'interroger cet échantillon-mère de façon aléatoire. De fait, le repérage de ces entreprises « partenaires » s'est avéré particulièrement laborieux, par rapport aux estimations opérées sur la base des déclarations des opérateurs : 378 ont ainsi été identifiés et interrogés ; un complément de 26 entretiens a été administré sur la base de fichiers d'adhérents fournis par des industriels. Au total, l'échantillon « entreprises partenaires » comprend donc 404 entreprises.

Plusieurs hypothèses peuvent être avancées pour expliquer cette difficulté opératoire :

- ✓ La mauvaise compréhension, par certaines entreprises, de la question filtre destinée à repérer ces partenaires/adhérents « Avez-vous actuellement des courants d'affaires avec un industriel, une société d'assurance .... », formulation choisie dans la mesure où la notion de « réseaux professionnels » ne fait pas l'objet d'une acception partagée ; les opérateurs de réseaux professionnels –notamment parmi les industriels- sont ainsi plutôt perçus comme des fournisseurs –ce qu'ils sont de fait également ;
- ✓ L'existence probable de partenaires/adhérents également au sein d'entreprises de création récente (moins de 3 ans) ou sans salarié, cela contrairement aux déclarations des opérateurs (or, ces dernières n'ont pas été interrogées dans le cadre de l'enquête).

Le questionnaire administré comprenait :

- ✓ 30 questions pour les entreprises partenaires abordant successivement les caractéristiques de l'entreprise, le type de réseaux d'appartenance, les modalités d'intégration, l'impact de ces marchés pour l'entreprise et l'appréciation du dirigeant sur ce type de partenariats.
- ✓ 14 questions pour les autres entreprises (échantillon miroir), lesquelles visaient à les caractériser et à connaître leur posture par rapport à ces réseaux professionnels ; quelques anciens « adhérents » ont été également repérés dans cette strate.

# Caractéristiques de l'échantillon

Les différentes activités concernées ont été regroupées en 4 strates : enveloppe du bâti, second œuvre technique, travaux de finition, menuiseries-fermetures.

La composition de l'échantillon miroir (300 entreprises non adhérentes de réseaux au moment de l'enquête) est conforme à la répartition sectorielle du tissu d'entreprises artisanales employeuses (soit un total de 164.000 entités au 1<sup>er</sup> janvier 2010, selon l'INSEE).

La répartition sectorielle des adhérents est cohérente avec les déclarations des opérateurs de réseaux : les principales activités représentées sont celles du second œuvre technique (attention toutefois : l'interrogation complémentaire de 26 entreprises sur la base de fichiers d'adhérents de réseaux d'industriels a sensiblement majoré le segment d'activité « menuiseries/fermetures »).

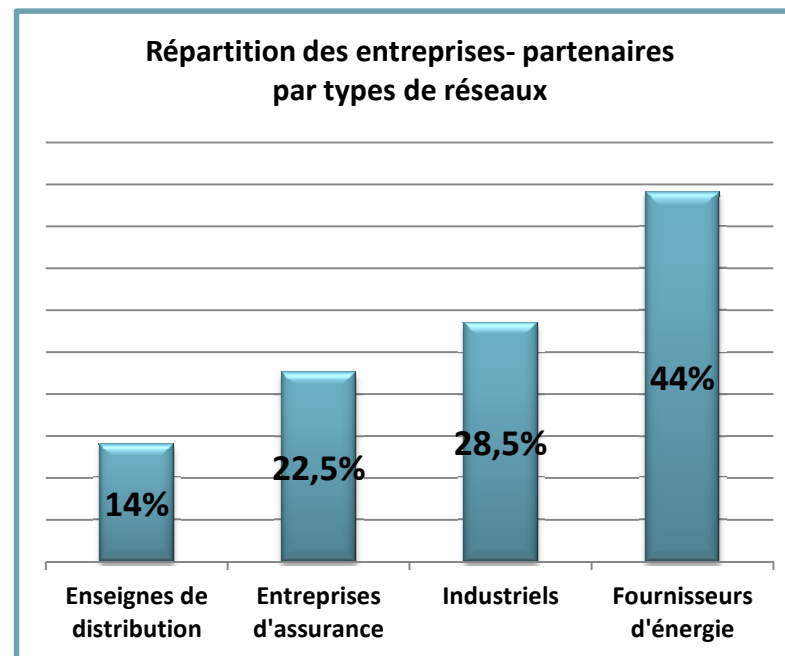
| Segment                        | Codes d'activité   | Entreprises artisanales avec salariés immatriculées au 1 <sup>er</sup> janvier 2010 (source : INSEE) | Echantillon « entreprises partenaires » | Echantillon miroir « autres entreprises » |
|--------------------------------|--|--|---|---|
| <b>Enveloppe du bâti</b>       | 4120A/ construction de maisons individuelles<br>4120B/ construction d'autres bâtiments<br>4311Z/ travaux de démolition<br>4399B/ travaux de montage de structures métalliques<br>4399C/ travaux de maçonnerie générale et gros œuvre du bâtiment<br>4391A/ travaux de charpente<br>4391B/ travaux de couverture<br>4399A/ travaux d'étanchéification | 7903<br>2654<br>230<br>851<br>37675<br>4761<br>8067<br>1518<br><b>± 64 000</b><br><i>(39%)</i>       | <b>78</b><br><i>(19%)</i>               | <b>115</b><br><i>(39%)</i>                |
| <b>Second œuvre technique</b>  | 4321A/ travaux d'installation électrique<br>4322A/ travaux d'installation d'eau et de gaz<br>4322B/ travaux d'installation équipements thermiques /climatisation<br>4329B/ travaux d'installation non compris ailleurs   | 19219<br>13200<br>9012<br>1103<br><b>±36 000</b><br><i>(22%)</i>                                     | <b>145</b><br><i>(36%)</i>              | <b>70</b><br><i>(23%)</i>                 |
| <b>Travaux de finition</b>     | 4329A/ travaux d'isolation<br>4331Z/ travaux de plâtrerie<br>4333Z/ travaux de revêtement des sols et des murs<br>4334Z/ travaux de peinture et vitrerie<br>4339Z/ autres travaux de finition  | 1652<br>7604<br>7453<br>18618<br>3329<br><b>± 39 000</b><br><i>(24%)</i>                             | <b>88</b><br><i>(22%)</i>               | <b>69</b><br><i>(23%)</i>                 |
| <b>Menuiseries, fermetures</b> | 4332A/ travaux de menuiserie bois et PVC<br>4332B/ travaux de menuiserie métallique et serrurerie<br>4332C/ agencement de lieux de vente   | 16667<br>7109<br>921<br><b>± 25 000</b><br><i>(15%)</i>  | <b>93</b><br><i>(23%)</i>               | <b>46</b><br><i>(15%)</i>                 |
|                                |  | <b>Total : ± 164.000</b><br><i>(100%)</i>  | <b>404</b><br><i>(100%)</i>             | <b>300</b><br><i>(100%)</i>               |

## Quel est le poids des différents opérateurs de réseaux auprès des entreprises artisanales du bâtiment ?

- Importance et poids des réseaux professionnels (par types d'opérateurs)
- Secteurs d'activités des entreprises partenaires
- Positionnement-marché des entreprises partenaires
- Incidences sur les autres formes de collaboration inter-entreprises

# Importance et poids des réseaux professionnels (par types d'opérateurs)

- Ce sont les réseaux des fournisseurs d'énergie qui regroupent le plus d'entreprises artisanales du bâtiment : 44% des entreprises partenaires des réseaux en sont membres.
- Les réseaux d'industriels –dont le nombre a beaucoup évolué ces dernières années en raison du développement de petits réseaux- arrivent au second rang (28,5%).  
Si l'échantillon a pu conduire à leur surestimation, leur nombre minimal se situe à hauteur des entreprises partenaires d'assureurs (22.5%)
- Viennent ensuite les réseaux des enseignes de distribution (14%).



| Structure de l'échantillon           |                         |                                      |                           |   |                               |
|--------------------------------------|-------------------------|--------------------------------------|---------------------------|---|-------------------------------|
| Ensemble des entreprises partenaires | Partenaires / assureurs | Partenaires / fournisseurs d'énergie | Partenaires / industriels | Partenaires / enseignes de distribution | Entreprises multi-partenaires |
| <b>404</b>                           | <b>91</b>               | <b>179</b>                           | <b>114</b>                | <b>56</b>                               | <b>36</b>                     |

# Cas des entreprises multi-partenaires

- Le nombre moyen de réseaux partenaires est de 1.1 (contre 1.3 lors de l'enquête réalisée en 2000).
- **Les entreprises « multipartenaires » -c'est-à-dire travaillant en lien avec au moins deux réseaux professionnels- représentent 8% de l'ensemble.**
- Le phénomène de multi-appartenance ne s'est donc pas développé, sans doute limité dans son expansion par les clauses de non-concurrence souvent imposées par les opérateurs.
- Il y a dix ans, ce phénomène semblait concerner plutôt les entreprises des réseaux d'assureurs/assistés. Actuellement, tous les types de réseaux sont touchés, mais ce sont les entreprises partenaires d'enseignes de distribution qui enregistrent le plus grand nombre d'adhésions simultanées.

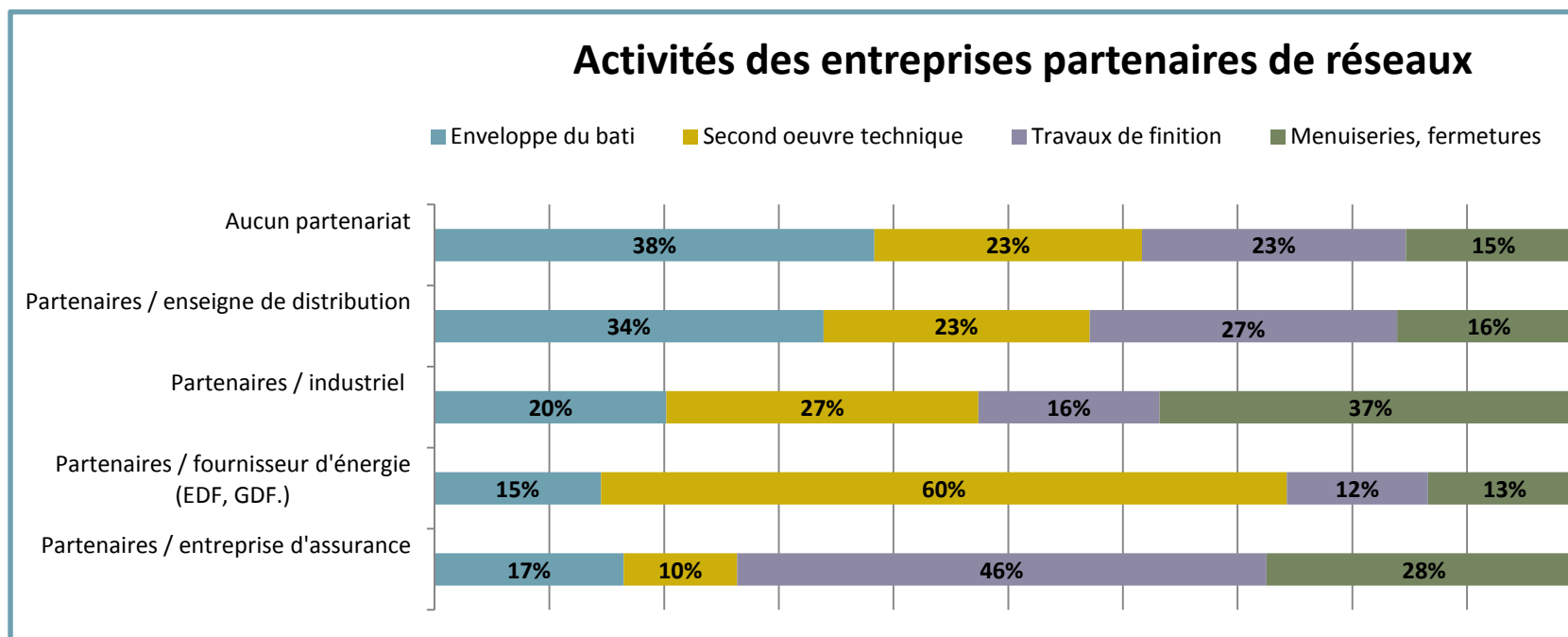
|                            | Ensemble des entreprises partenaires | Partenaires / assureurs | Partenaires / fournisseurs d'énergie | Partenaires / industriels | Partenaires / enseignes de distribution |
|----------------------------|--------------------------------------|-------------------------|--------------------------------------|---------------------------|---|
| Nbre moyen de partenariats | 1,1                                  | 1,19                    | 1,15                                 | 1,24                      | 1,32                                    |



# Secteurs d'activités des entreprises-partenaires

Les entreprises partenaires de réseaux relèvent des quatre grands secteurs de l'artisanat du bâtiment :

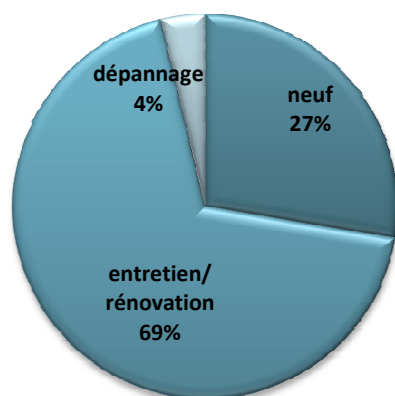
- En cohérence avec la prédominance des réseaux de fournisseurs d'énergie, elles sont fortement présentes dans les activités du second œuvre technique (travaux d'installation électrique, gaz, thermique...).
- Viennent ensuite les entreprises des secteurs «menuiseries/fermetures » -particulièrement engagées dans les réseaux d'industriels- et les entreprises de travaux de finition, plus fortement positionnées dans les réseaux d'assureurs.
- Les réseaux des enseignes de distribution ont, quant à eux, une représentation plus équilibrée des différents corps de métiers.



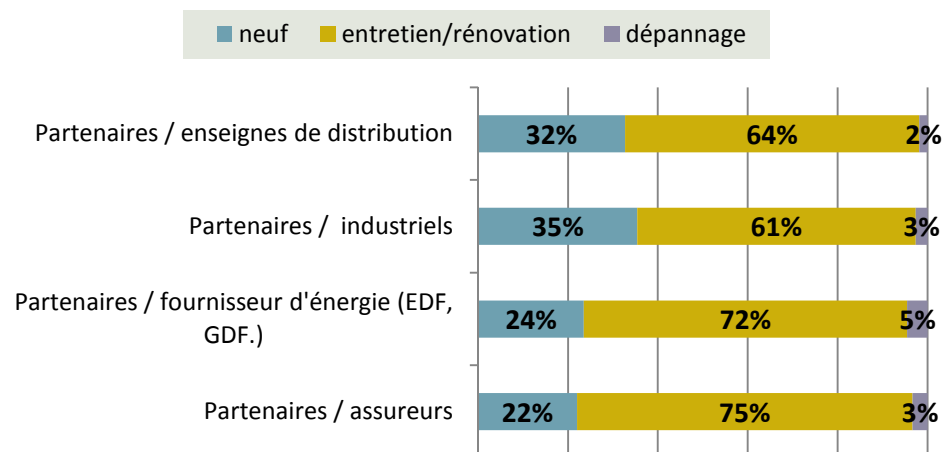
# Positionnement - marché des entreprises partenaires

- Les entreprises partenaires de réseaux professionnels sont majoritairement (69%) positionnées sur les marchés de l'entretien / rénovation. 27% ont pour marché principal le « neuf ». Les activités de dépannage ne représentent que 4% des cas.
- Ce positionnement « marché » ne semble pas spécifique : il est identique à celui des autres entreprises artisanales du bâtiment.
- On note cependant une part plus importante d'entreprises positionnées dans le « neuf » au sein des réseaux professionnels des industriels et des enseignes de distribution.

## Quel est votre marché principal ?

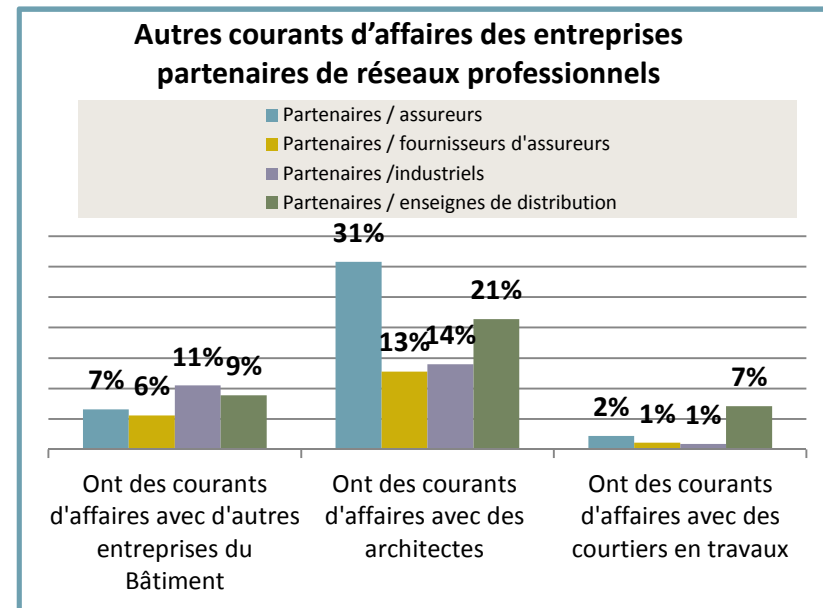
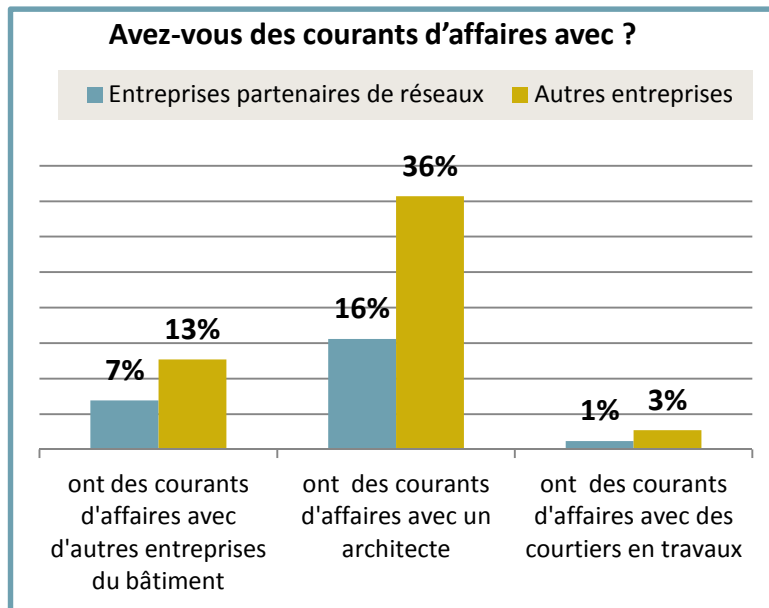


## Quel est votre marché principal ?



# Incidences sur les autres formes de relations inter-entreprises

- Le choix de développer des courants d'affaires avec les réseaux professionnels semble exclure d'autres formes de collaborations et partenariats : ainsi, les entreprises partenaires de réseaux professionnels sont deux fois moins nombreuses à développer des relations d'affaires avec les autres entreprises du bâtiment (7% contre 13%) ou avec les architectes (16% contre 36% des autres entreprises du BTP).
- On constate néanmoins que les entreprises partenaires de réseaux d'assureurs et d'enseignes de distribution ont plus de relations avec les architectes que les entreprises partenaires de réseaux de fournisseurs d'énergie ou d'industriels.
- Concernant l'impact des courtiers en travaux, il est encore faible auprès des entreprises artisanales du bâtiment (avec salariés, qui est le champ de notre étude)

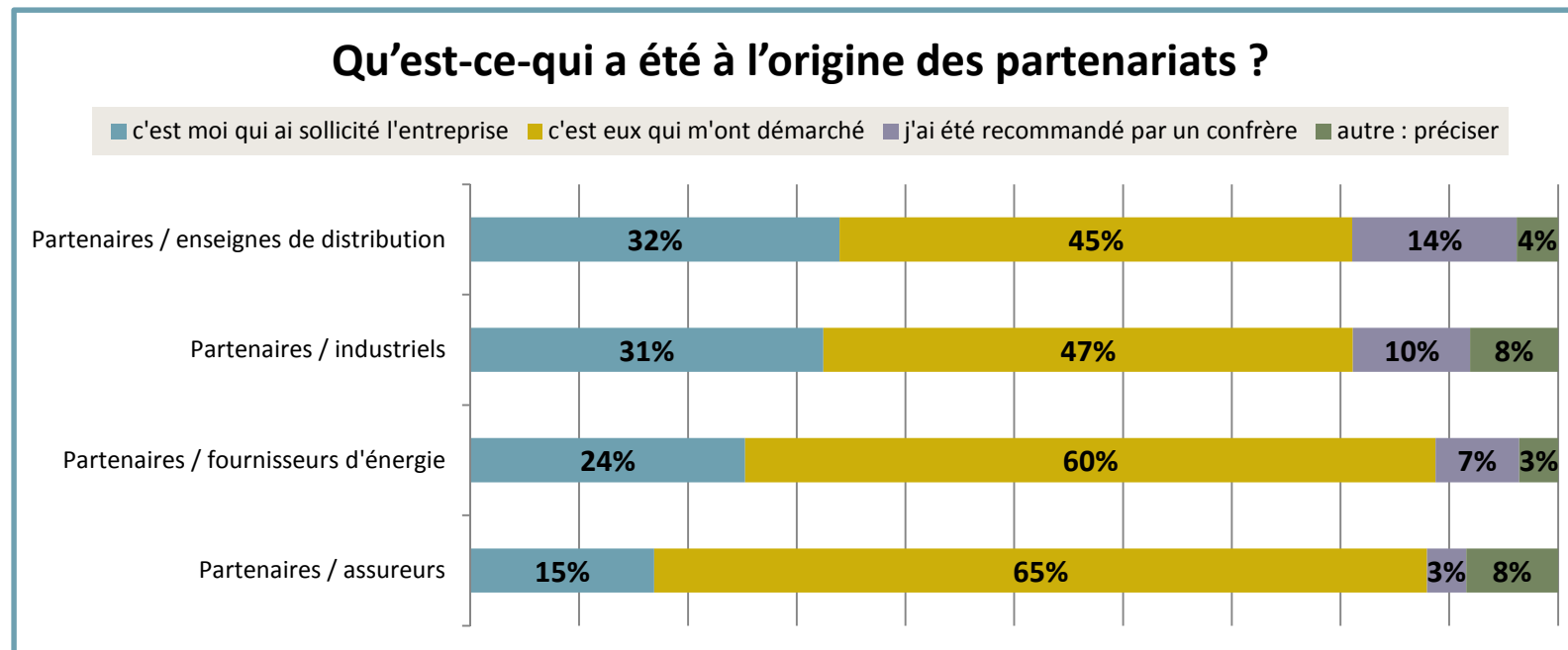


## Motivations et posture des entrepreneurs vis-à-vis des réseaux professionnels du bâtiment

- Les origines des partenariats
- Les motivations des entreprises-partenaires
- Le point de vue des entreprises non-partenaires

# Origine des partenariats

- **L'origine des partenariats a semble-t-il évolué cette dernière décennie : en 2000, les entreprises étaient majoritairement à l'origine des partenariats ; en 2011, les réseaux sont plus pro-actifs dans le démarchage, notamment les réseaux de fournisseurs d'énergie et d'assurance (dans deux tiers des cas, ils ont démarché eux-mêmes les entreprises).**
- Cette évolution confirme la concurrence perceptible entre les réseaux et la difficulté à s'attacher des entreprises répondant aux mêmes caractéristiques de taille / ancienneté / qualification.
- La tâche semble toutefois un peu plus aisée pour les réseaux d'enseignes de distribution et d'industriels, qui peuvent s'appuyer sur leurs propres fichiers clients.

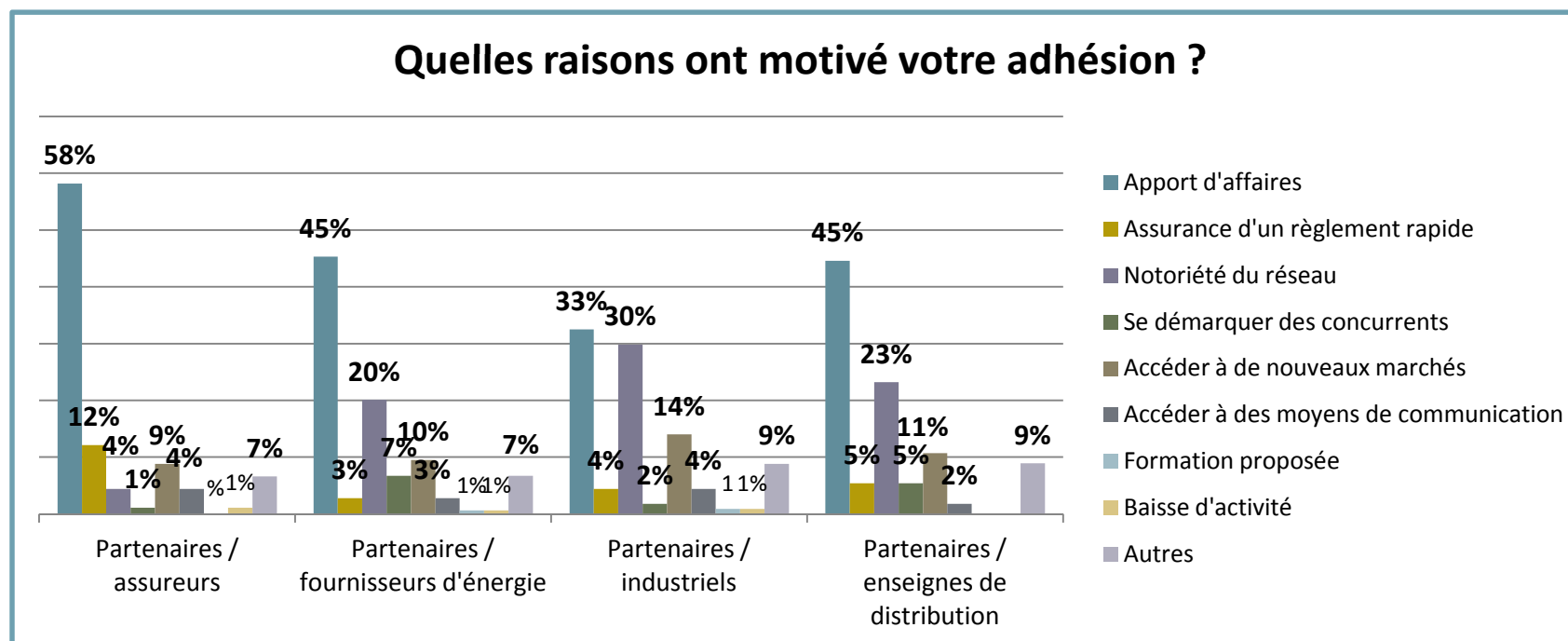


# Origine des partenariats

- L'intégration « par recommandation » de confrères reste relativement limitée (un cas sur 10).
- D'autres modes d'intégration sont signalés :
  - **Cas de rachats et de reprises d'entreprises anciennement partenaires** : le partenariat auparavant engagé a été poursuivi ;
  - **Recrutement « par connaissance »** : ce cas de figure est plus fréquent au sein des « anciens » partenaires des réseaux ; pour ces dernières, les formalités sont souvent simplifiées, en raison de la relation de confiance préétablie ;
  - **Recrutement par l'intermédiaire de clients de l'entreprise partenaire**, lesquels l'ont recommandée au réseau, par exemple dans les réseaux d'assureurs ;
  - **Recrutement par l'intermédiaire d'une organisation professionnelle** (cas cité pour les réseaux de fournisseurs d'énergie) ;
  - **Recrutement, par les réseaux, d'anciens salariés ayant créé leur entreprise.**

# Les motivations des entreprises-partenaires

- **Les entreprises intègrent ce type de réseaux pour une raison principale : l'apport d'affaires.** L'argument est néanmoins plus ou moins fort selon les réseaux : particulièrement élevé chez les réseaux d'assureurs et moindre dans les réseaux d'opérateurs industriels.
- **La notoriété du réseau professionnel est le second facteur de motivation des entreprises,** sauf pour ce qui concerne les réseaux d'assureurs. Cette recherche d'image, de notoriété, est particulièrement forte au sein des réseaux d'industriels.
- En troisième rang des motivations intervient la possibilité d'accéder ainsi à de nouveaux marchés.



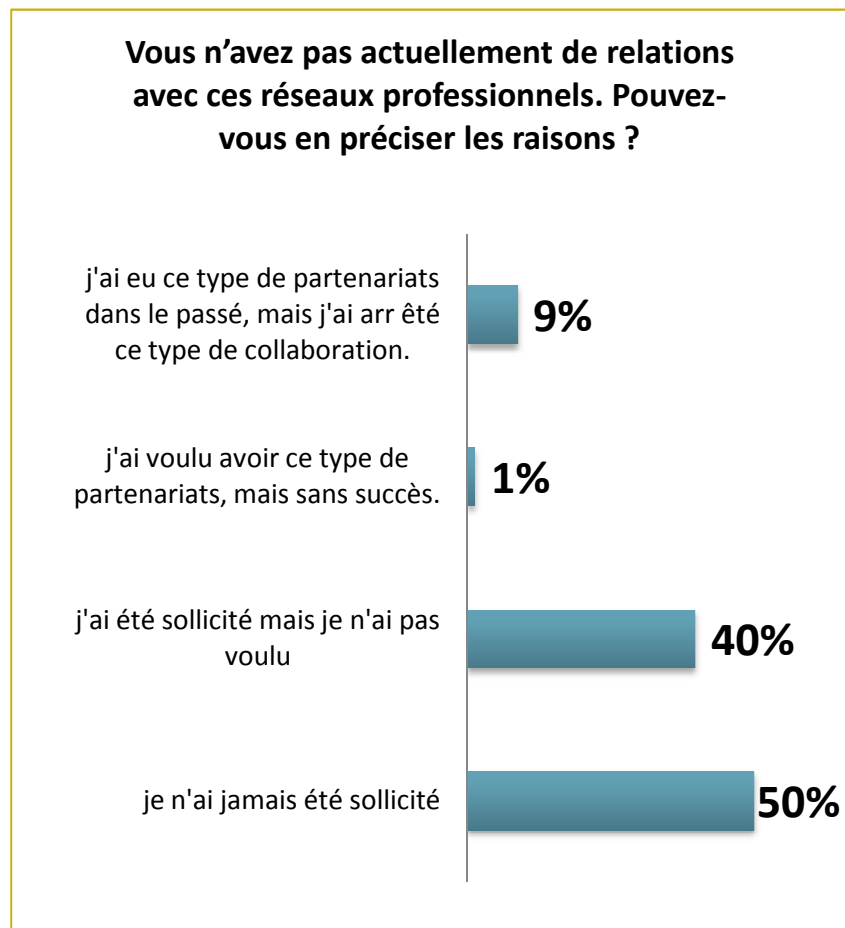
# Les motivations des entreprises-partenaires

- La hiérarchie de ces motivations a changé depuis 2000 : la notoriété était alors l'élément de motivation cité en premier, devant l'apport d'affaires.
- De même, « bénéficier des moyens de communication », « se démarquer des concurrents » étaient des motivations plus citées il y a dix ans.
- Une constante demeure cependant : la possibilité de bénéficier de formation reste peu incitative pour les entreprises.
  
- ***D'autres motivations sont également énoncées par les entreprises-partenaires :***
  - ***Les contreparties proposées par le réseau*** : le versement d'une commission ou d'une prime par le réseau ; la possibilité d'avoir des réductions sur le matériel proposé ; la transmission de listes de prospects ;
  - ***Des motivations techniques*** : la qualité des produits de l'opérateur (cas des réseaux d'industriels), le sérieux de la marque ;
  - ***Des contraintes d'accès au marché*** : l'intégration au réseau serait ainsi une barrière à l'entrée pour accéder aux marchés GRDF des économies d'énergie ;
  - ***Des motivations personnelles*** : la convivialité du réseau.



# Le point de vue des entreprises non-partenaires

- Parmi les entreprises non partenaires, la moitié n'ont jamais été sollicités pour participer à un réseau.
- 40% ont refusé :
  - 28% par manque de temps ou de nécessité (entreprises déclarant avoir suffisamment de travail)
  - 4% étaient en désaccord avec les conditions proposées.
  - 8% ont exprimé un refus « de principe » (un taux d' «opposants »relativement faible).
- 1% déclarent avoir réalisé des démarches, sans succès.



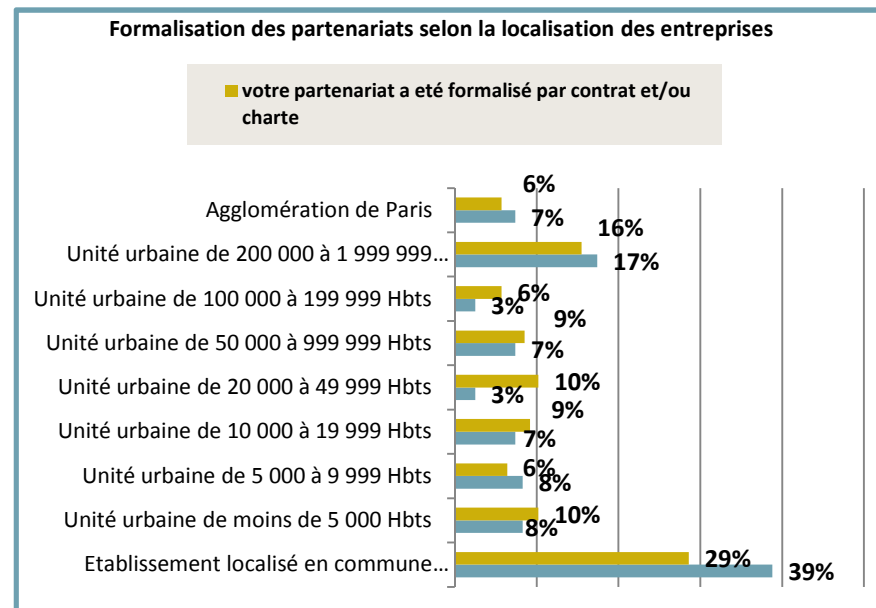
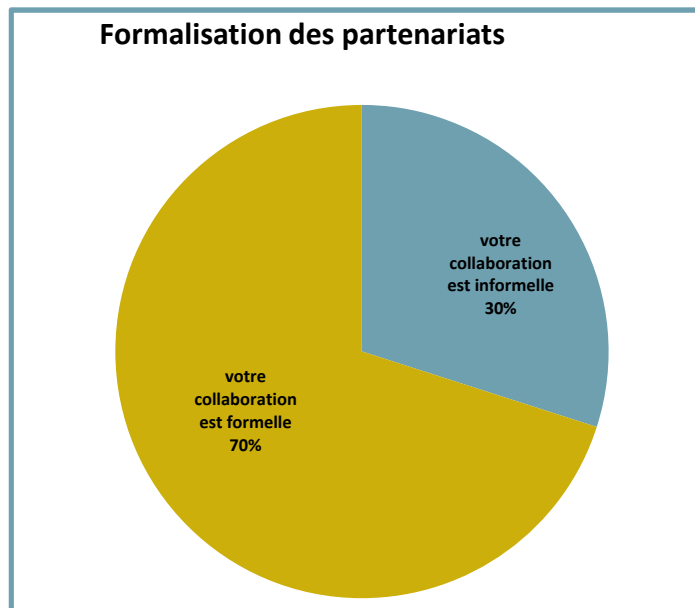
## Les modalités de participation aux réseaux

- La formalisation des partenariats
- Les démarches préalables
- Les éléments de dossier
- Le coût d'entrée pour l'entreprise
- Le chiffre d'affaire réalisé
- Etablissement des prix
- Ancienneté de la collaboration
- Le retrait des réseaux : zoom sur les entreprises ayant cessé ce type de partenariats

# Formalisation des partenariats

L'enquête fait ressortir des degrés variables de formalisation des partenariats :

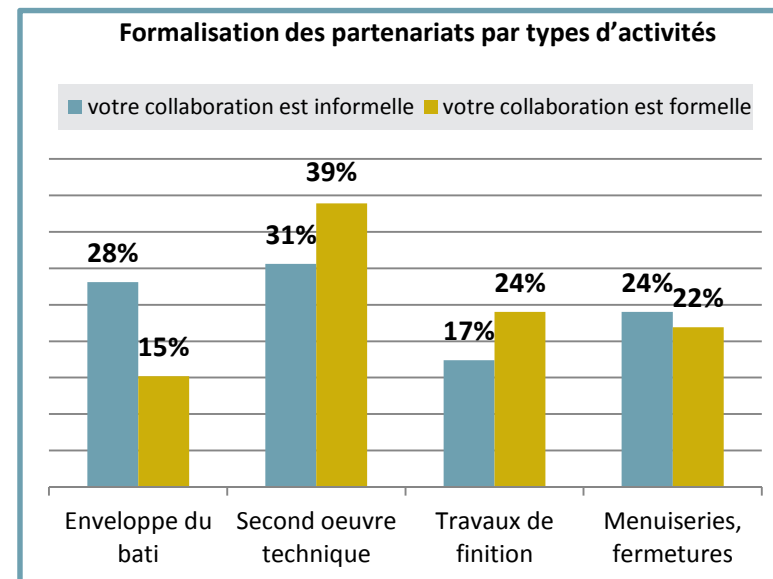
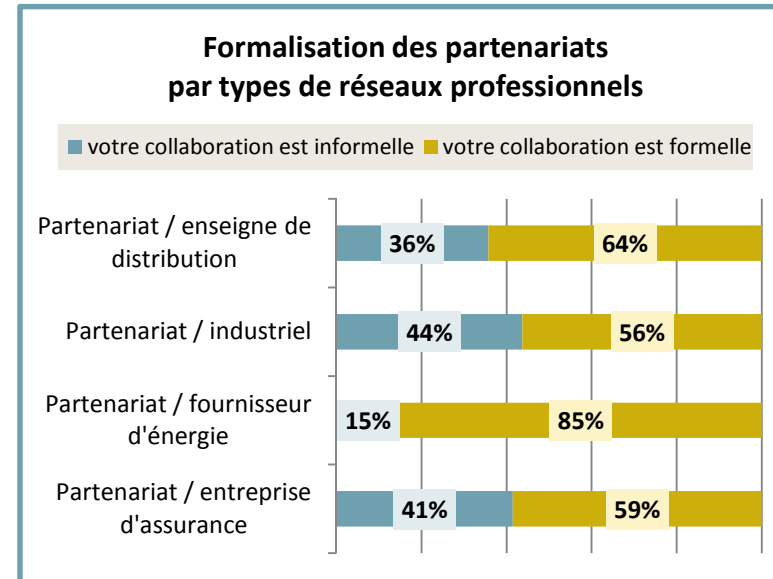
- **En moyenne, 70% des entreprises ont formalisé leur partenariat avec le réseau professionnel.** En général, ces entreprises -désignées ci-après comme adhérentes- signent ou bien un contrat ou bien une charte (7% des adhérents signent ces deux formes de documents)
- **Mais pour 30% des entreprises partenaires, le partenariat demeure informel** (une réalité sous-évaluée par les opérateurs de réseau, lors des entretiens conduits). On constate que ces cas informels sont plus nombreux parmi les partenaires de longue date (plus de 3 ans).
- **La localisation des entreprises a une incidence sur le degré de formalisation des partenariats :** ainsi, on constate un poids plus important des relations informelles dans les communes rurales.



# Formalisation des partenariats

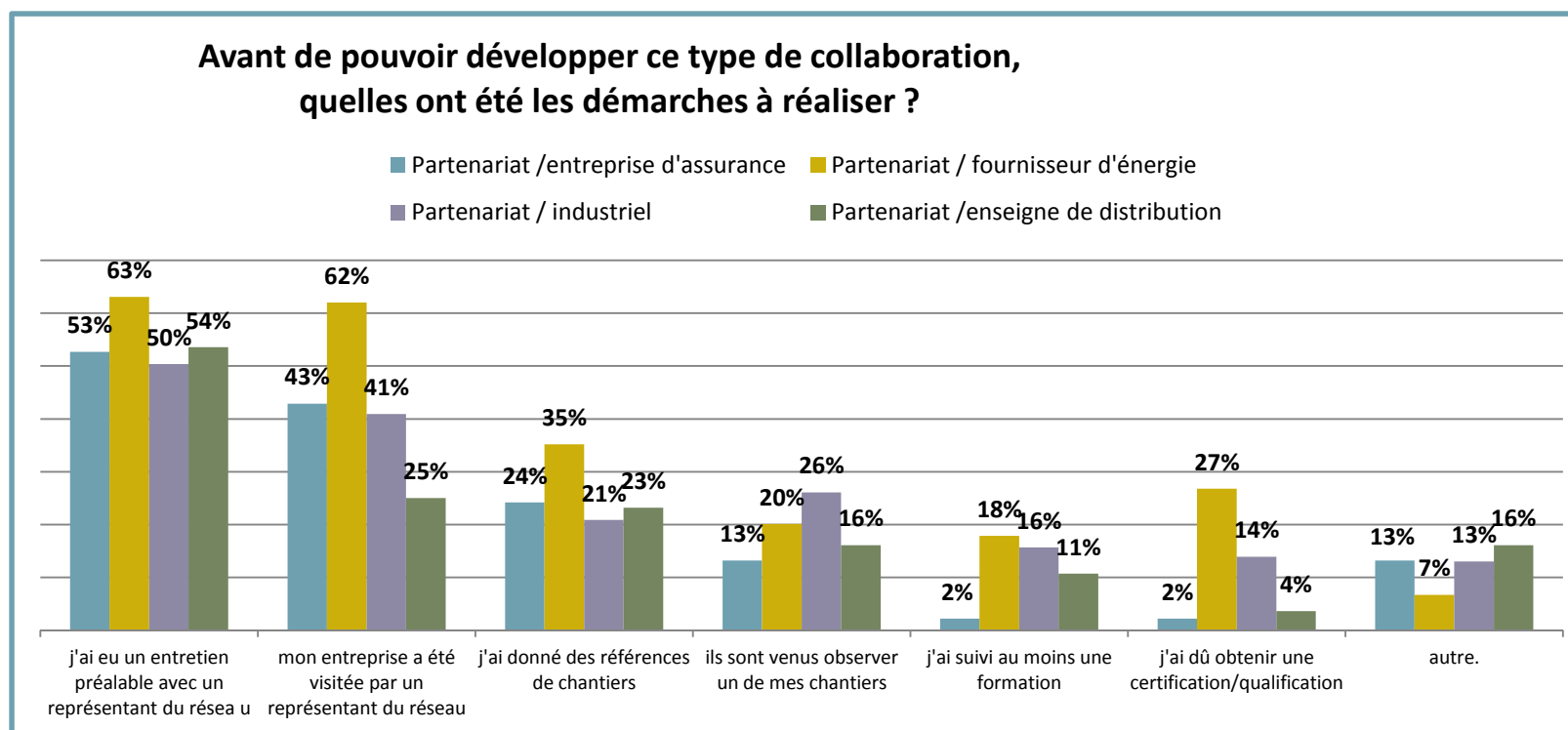
On constate également de fortes disparités selon la nature des réseaux professionnels :

- **Le degré de formalisation est élevé dans les réseaux de distribution des fournisseurs d'énergie** (85% des entreprises partenaires ont signé un contrat ou une charte).
- Dans les autres réseaux professionnels, les signatures de contrats ou chartes sont moins généralisées et concernent environ 60% des entreprises partenaires.
- Dans les réseaux professionnels d'enseignes de distribution ou d'industriels, on constate que des contrats sont plus systématiquement passés avec les entreprises nouvellement recrutées.



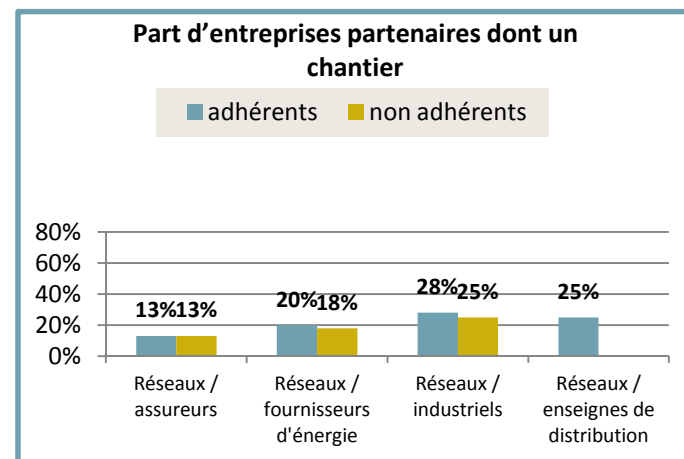
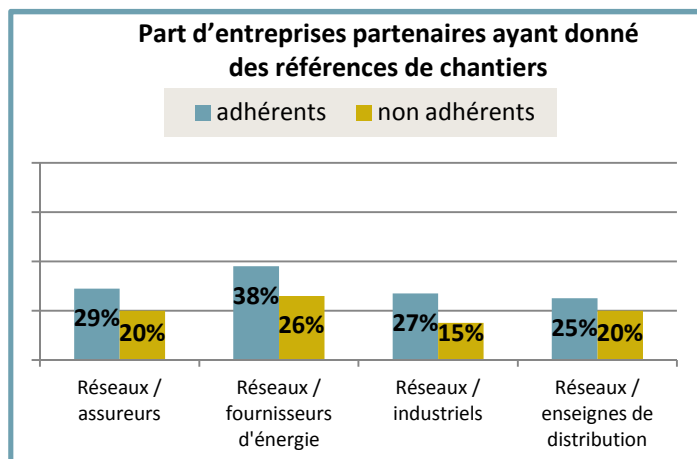
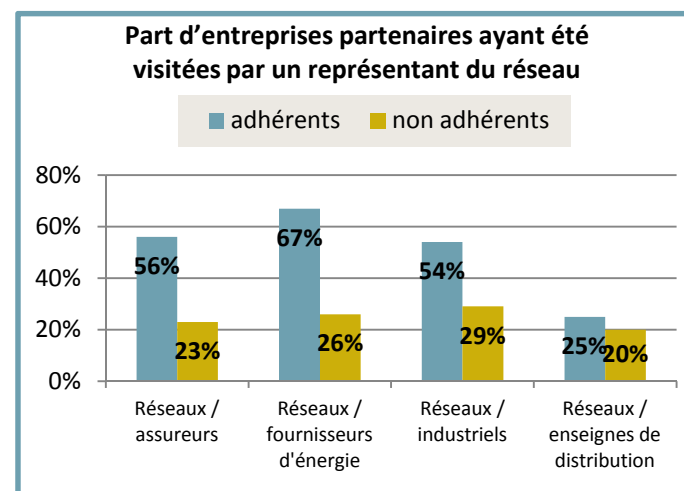
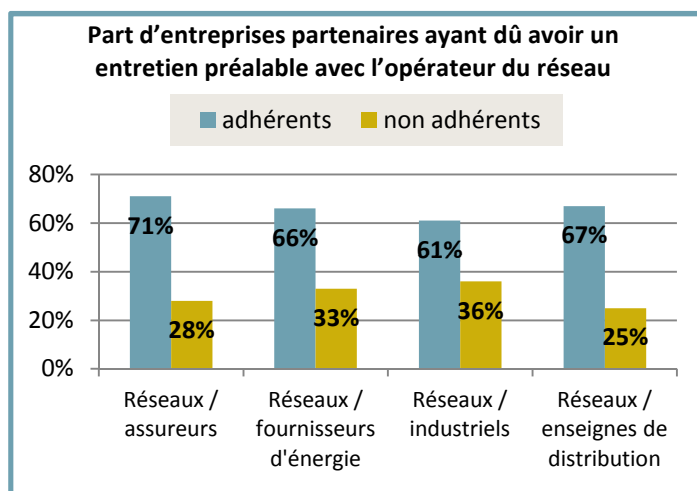
# Les démarches préalables

- Avant d'intégrer un réseau, la démarche préalable la plus fréquemment opérée –dans un cas sur deux environ – est un entretien préalable avec un représentant du réseau et/ou une visite de l'entreprise (des pratiques bien en dessous donc des déclarations des opérateurs, selon lesquels elles étaient systématiques).
- Les observations de chantiers ou demandes de références sont plus rares et concernent entre 15% et 25% des entreprises partenaires selon les réseaux.
- Le niveau d'exigence varie enfin selon la nature des réseaux : les fournisseurs d'énergie sont les plus stricts vis-à-vis des entreprises. Les assureurs et enseignes de distribution imposent moins de conditions en matière de formation ou de qualification/certification.



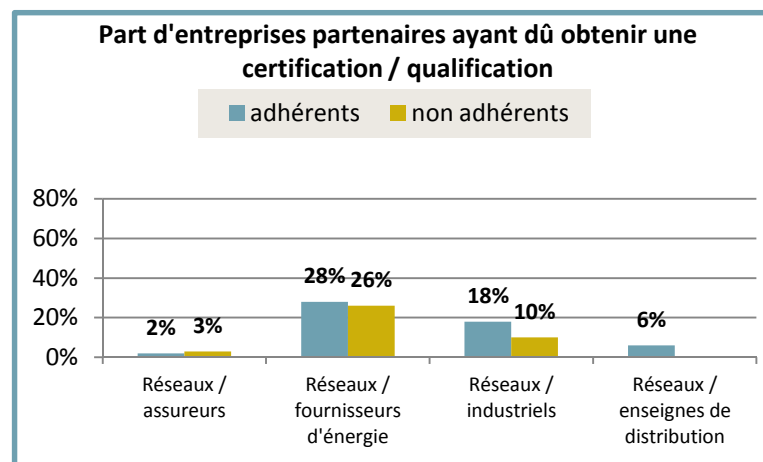
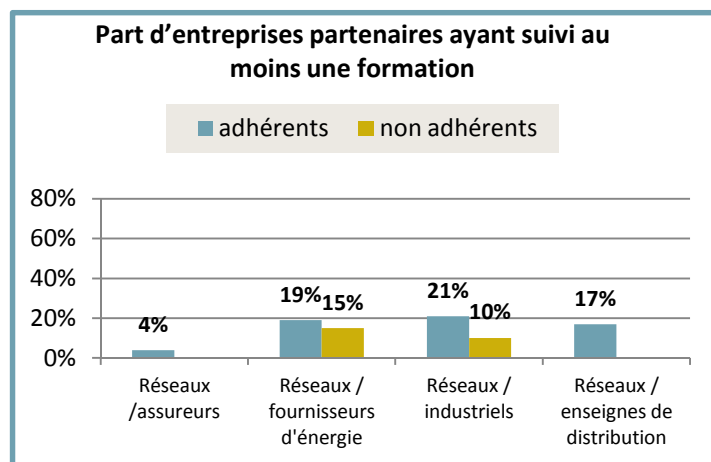
# Les démarches préalables

- Le niveau des démarches préalables dépend également de la formalisation ou non du partenariat, notamment pour ce qui concerne la tenue d'entretiens préalables ou les visites d'entreprises : on constate ainsi que les deux tiers des adhérents bénéficient d'un entretien préalable avec l'opérateur du réseau et/ou d'une visite d'entreprise (contre 1/3 des partenaires non-adhérents).
- A noter : les visites d'entreprises sont plus rares au sein des réseaux d'enseignes de distribution.



# Les démarches préalables

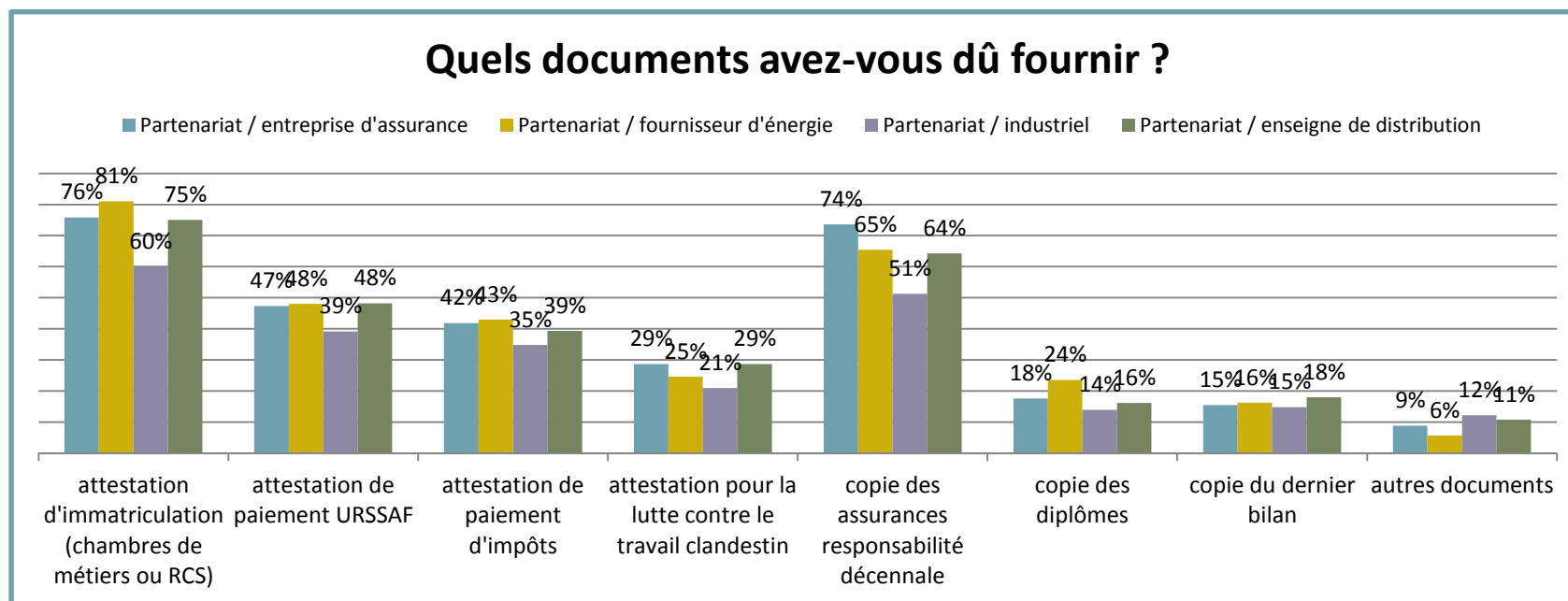
- La part d'entreprises partenaires ayant suivi une formation est inférieure à 20% (une démarche quasi-inexistante au sein des réseaux d'assureurs). Il semble donc y avoir une baisse des exigences des opérateurs de réseau dans le domaine (en 2000, la majorité des entreprises partenaires interrogées déclaraient avoir suivi une formation).
- Les exigences en matière de certification ou qualification concernent principalement les réseaux de fournisseurs d'énergie et d'industriels.



- Dans les cas –fréquents, où préexistaient des relations personnelles et une relation de confiance entre le responsable du réseau et les entreprises partenaires, les démarches préalables demandées ont été quasi-inexistantes.
- D' autres cas de figure sont enfin signalés par les entreprises :
  - Des entreprises ont été démarchées et « intégrées » uniquement par contact téléphonique ;
  - Certaines ont été approchées dans le cadre d'une soirée événementielle pour professionnels ;
  - Parfois, la seule démarche demandée consiste au paiement d'une cotisation, ou à une inscription sur un site en ligne.

# Les éléments de dossier

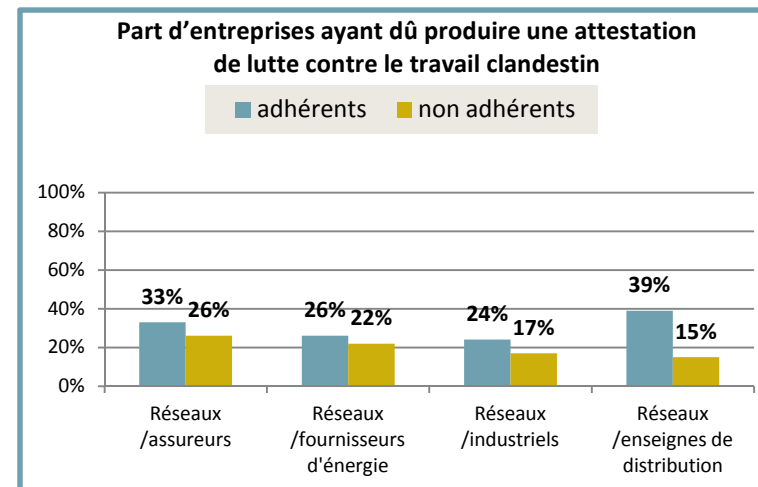
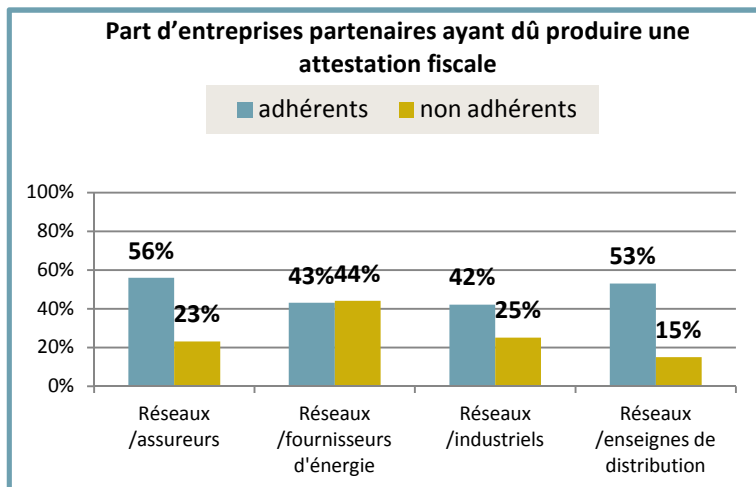
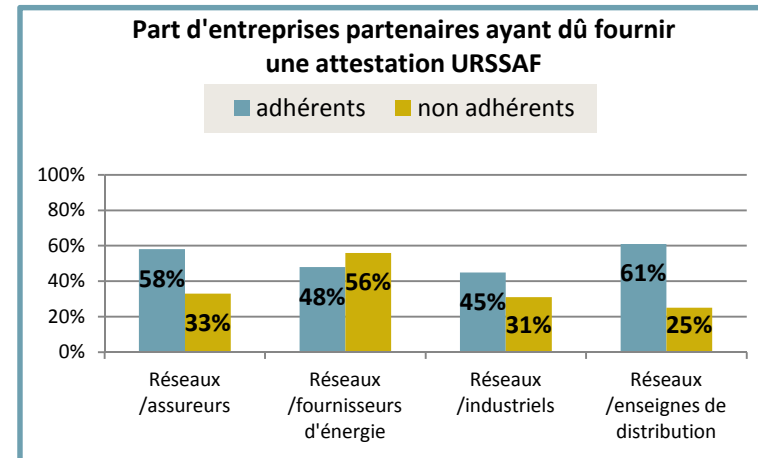
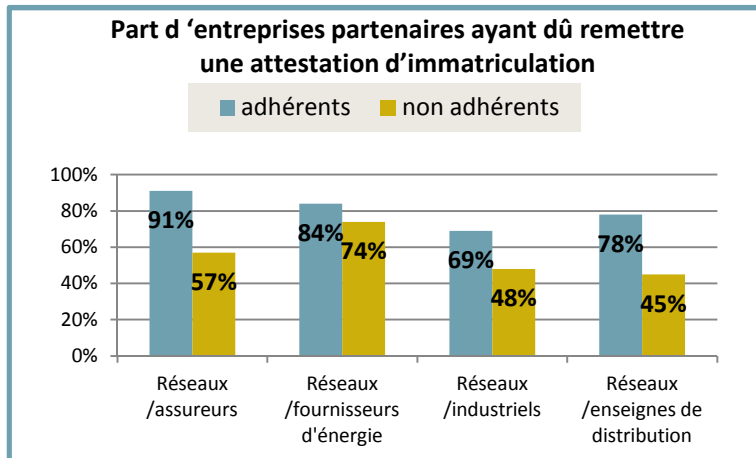
- Les principaux documents à fournir par l'entreprise sont :
  - L'attestation d'immatriculation
  - La copie des assurances responsabilité décennale
- Les attestations sociales et fiscales sont demandées à une entreprise sur deux tout au plus, une sur quatre concernant le travail clandestin.
- On constate également que les copies de diplôme et du bilan sont rarement demandées (mais le niveau de CA n'entre que rarement dans les critères de choix des opérateurs).
- Des attestations contre le travail clandestin sont plus souvent demandées aux entreprises de plus de 10 salariés / et multipartenaires.



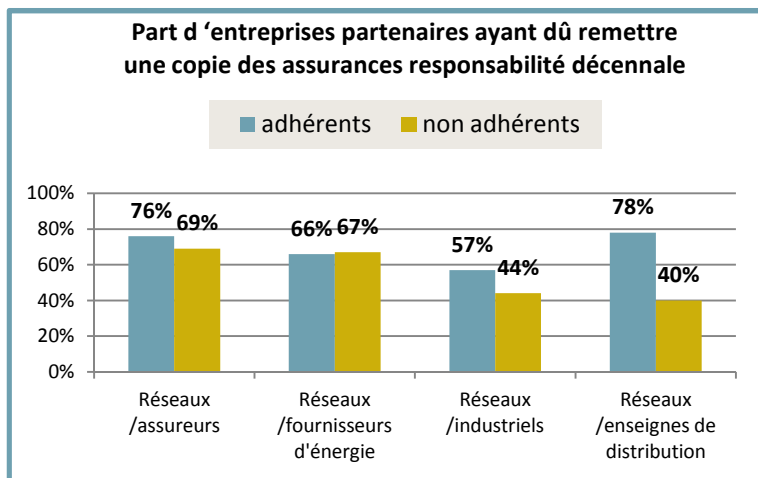


# Les éléments de dossier

- Concernant les entreprises non adhérentes, on constate qu'il leur est également demandé, dans un cas sur deux environ, une attestation d'immatriculation, et dans un cas sur trois, une attestation URSSAF.

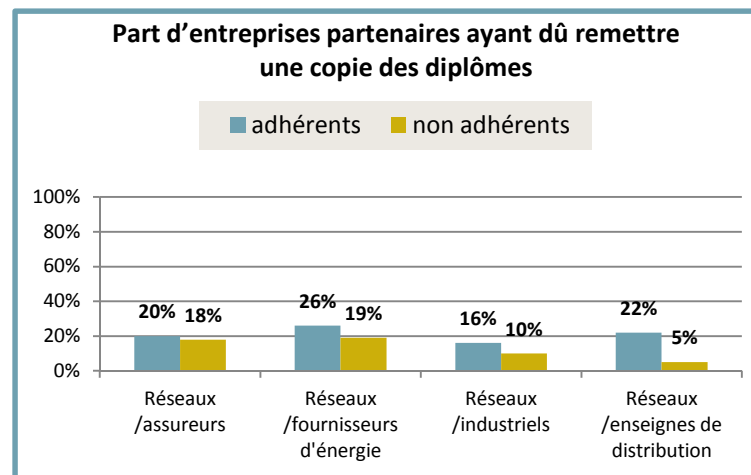
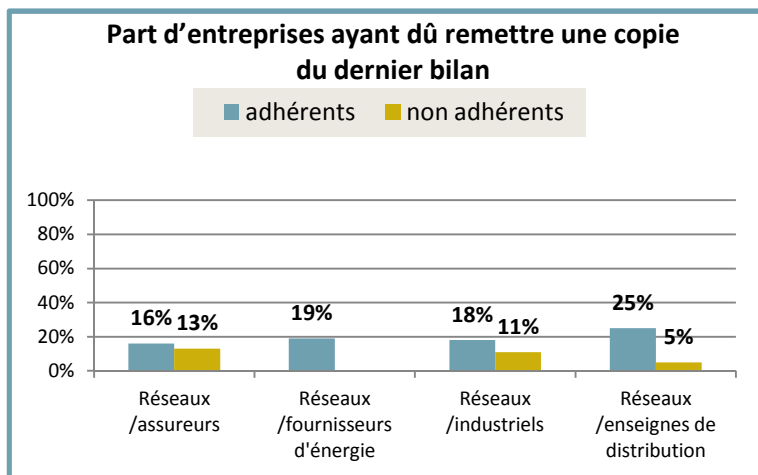


# Les éléments de dossier



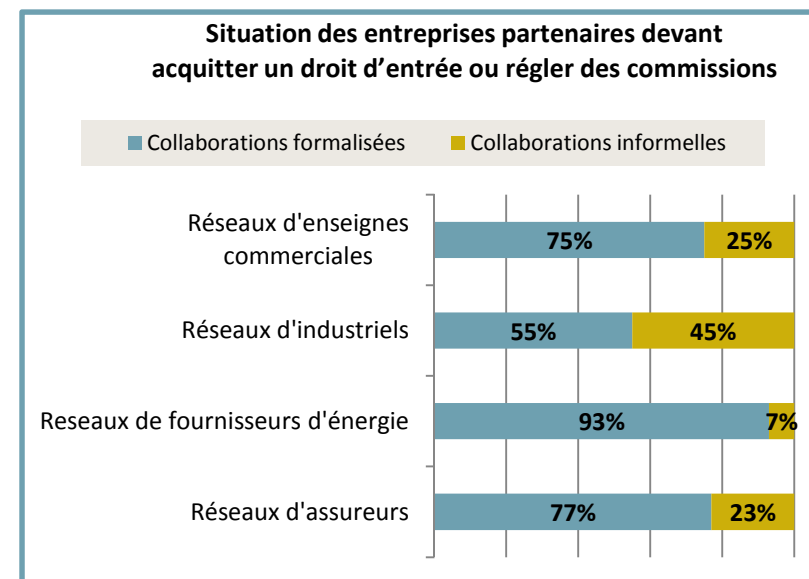
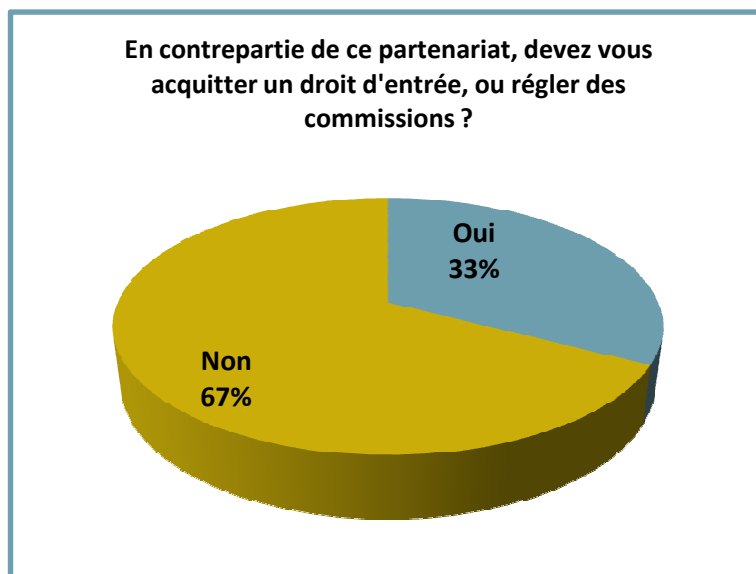
- Les copies des assurances responsabilité décennale sont également demandées aux entreprises non adhérentes dans un cas sur deux environ.

- Les autres documents parfois demandés sont :
  - La grille des tarifs de l'entreprise, un devis,
  - Une copie de la DADS.



# Droit d'entrée/ coût pour l'entreprise partenaire

- Un tiers des entreprises partenaires doivent acquitter un droit d'entrée ou régler des commissions au réseau professionnel.
- Dans neuf cas sur dix, ces entreprises ont formalisé leur partenariat par contrat ou par charte. Il semble donc que l'existence d'un droit d'entrée soit l'un des principaux facteurs explicatifs de la formalisation du partenariat par convention ou charte.



# Le volume d'affaires réalisé avec les réseaux professionnels

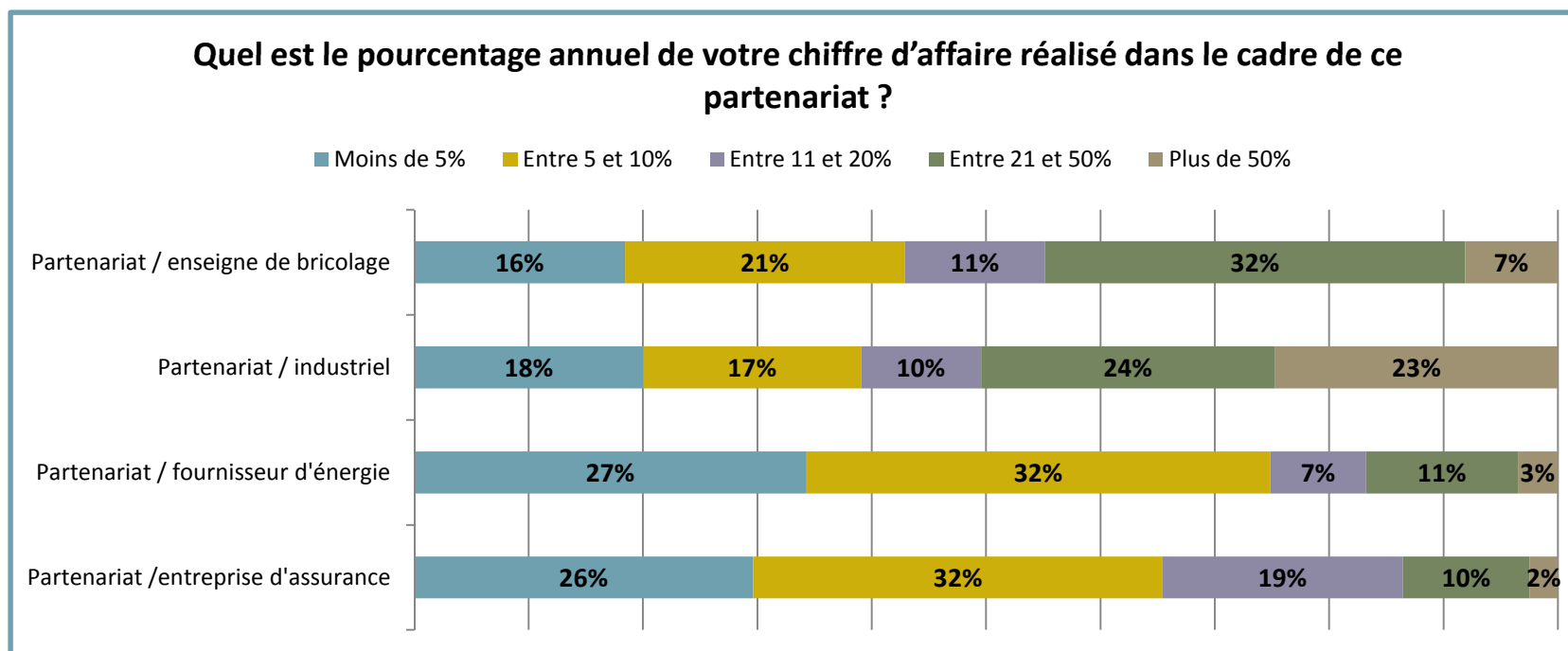
- Le volume d'affaires réalisé à travers les réseaux professionnels est plutôt faible : inférieur à 10% dans la moitié des cas, il semble en régression depuis l'enquête précédemment conduite en 2000 (le CA moyen généré par les réseaux était de 23%).
- On constate de grosses disparités selon le type de réseaux :
  - Les entreprises partenaires de réseaux de fournisseurs d'énergie et entreprises d'assurances sont celles dont le CA réalisé est le plus faible (inférieur à 10% dans les deux tiers des cas) : cela était déjà constaté il y a une décennie.
  - L'implication est plus forte en cas de partenariats avec des enseignes de bricolage et surtout de réseaux d'industriels.

| Volume d'affaire moyen réalisé avec les réseaux d'assureurs | Volume d'affaire moyen réalisé avec les réseaux de fournisseurs d'énergie | Volume d'affaire moyen réalisé avec les réseaux d'industriels | Volume d'affaire moyen réalisé avec les réseaux d'enseignes de distribution |
|---|---|---|---|
| 14%   | 16.5%   | 31%   | 24%   |

- La formalisation du partenariat ne garantit pas à l'entreprise un volume d'affaires plus important.

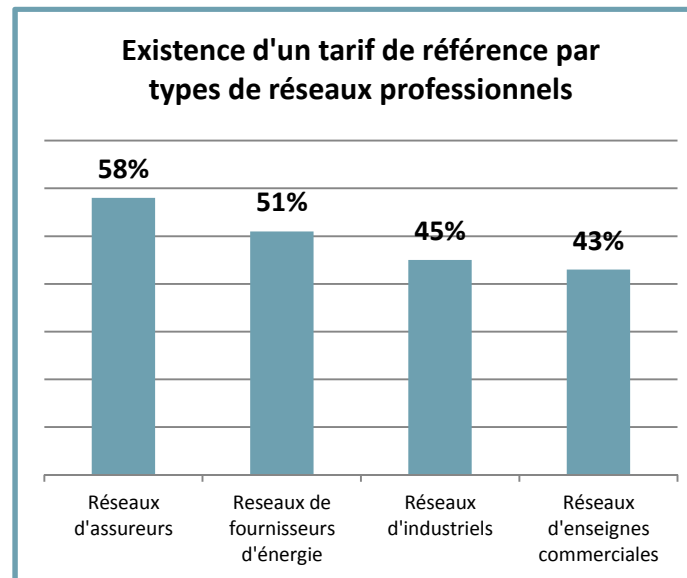
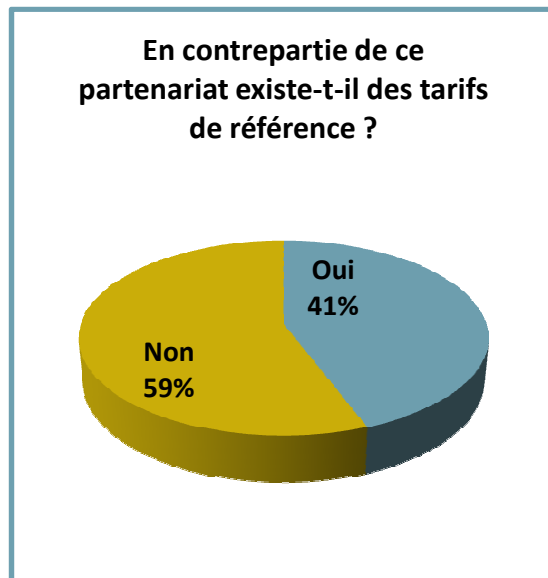
# Le volume d'affaires réalisé avec les réseaux professionnels

- Les opérateurs de réseaux déclarent être vigilants pour limiter l'apport d'affaires à 30% maximum du CA de leurs entreprises partenaires.
- Les résultats de cette politique sont visibles pour ce qui concerne les réseaux de fournisseurs d'énergie et les assurances.
- En revanche, au sein des réseaux d'industriels, un quart des entreprises partenaires réalisent plus de la moitié de leur CA par le biais du réseau (un phénomène déjà constaté il y a dix ans).



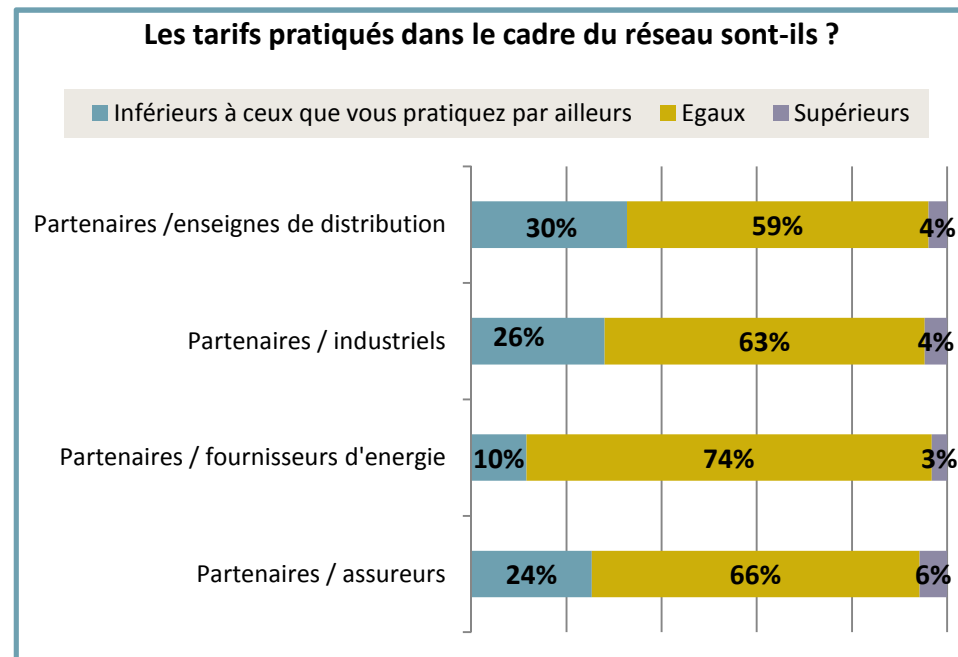
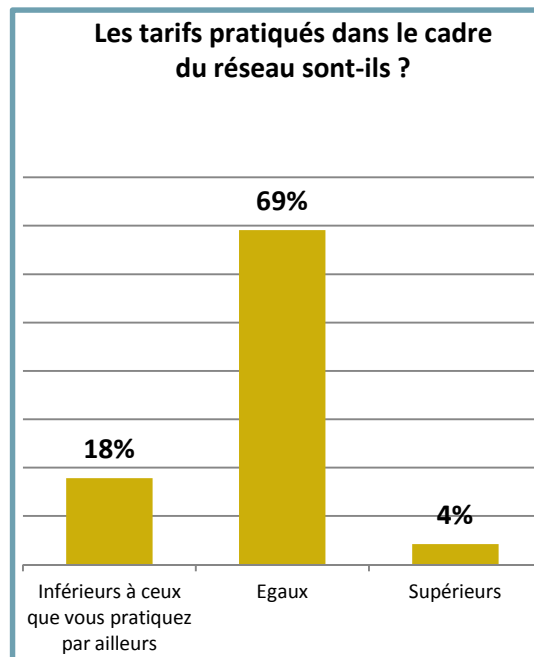
# Etablissement des prix

- **41% des entreprises partenaires ont à respecter des tarifs de référence** (42% des adhérents et 38% des entreprises dont le partenariat n'est pas formalisé).
- Les pratiques des différents réseaux dans ce domaine divergent et la situation a parfois évolué au cours de la décennie passée ;
  - les réseaux professionnels d'assureurs restent les plus prescripteurs (à un niveau équivalent à celui constaté lors de l'enquête réalisée en 2000) ;
  - Les fournisseurs d'énergie et industriels semblent avoir renforcé leurs exigences au cours de la décennie (il y a 10 ans, 80 à 90% des entreprises partenaires s'y déclaraient libres d'établir leurs prix) ;
  - Inversement, les réseaux d'enseignes commerciales semblent avoir « desserré l'étau ».



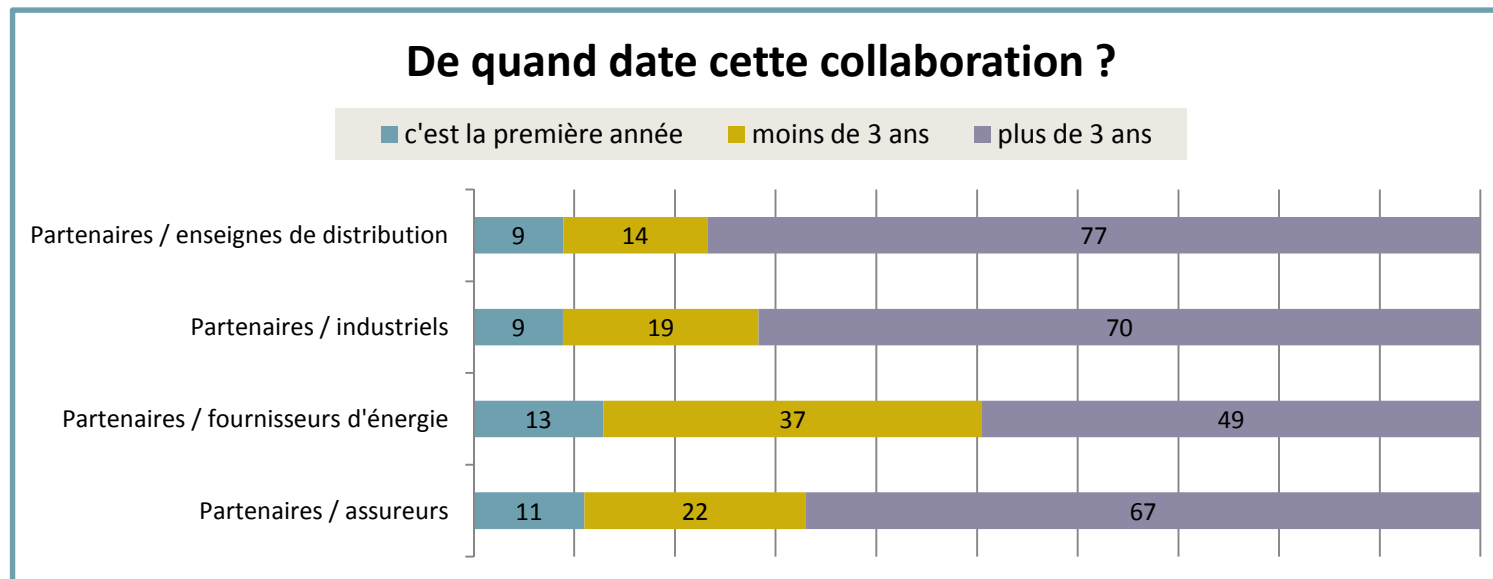
# Les prix pratiqués

- Dans la majorité des cas, ces tarifs de référence ont peu d'incidence sur l'activité des entreprises partenaires : ils sont en effet équivalents aux tarifs pratiqués par ailleurs dans 76% des cas ; ils sont même supérieurs pour 5% des entreprises partenaires.



# Ancienneté des partenariats

- **Près de 70% des entreprises partenaires ont des relations établies depuis plus de 3 ans avec leur réseau.** La fidélisation recherchée par les opérateurs de réseaux est donc bien validée par l'enquête.
- Le taux de renouvellement annuel est de 10% environ.
- Les réseaux les plus stables sont ceux des enseignes de distribution. Les plus récents sont ceux des fournisseurs d'énergie qui ont connu un redéploiement important ces dernières années.





# Le retrait des réseaux :

## zoom sur d'anciens partenaires-adhérents

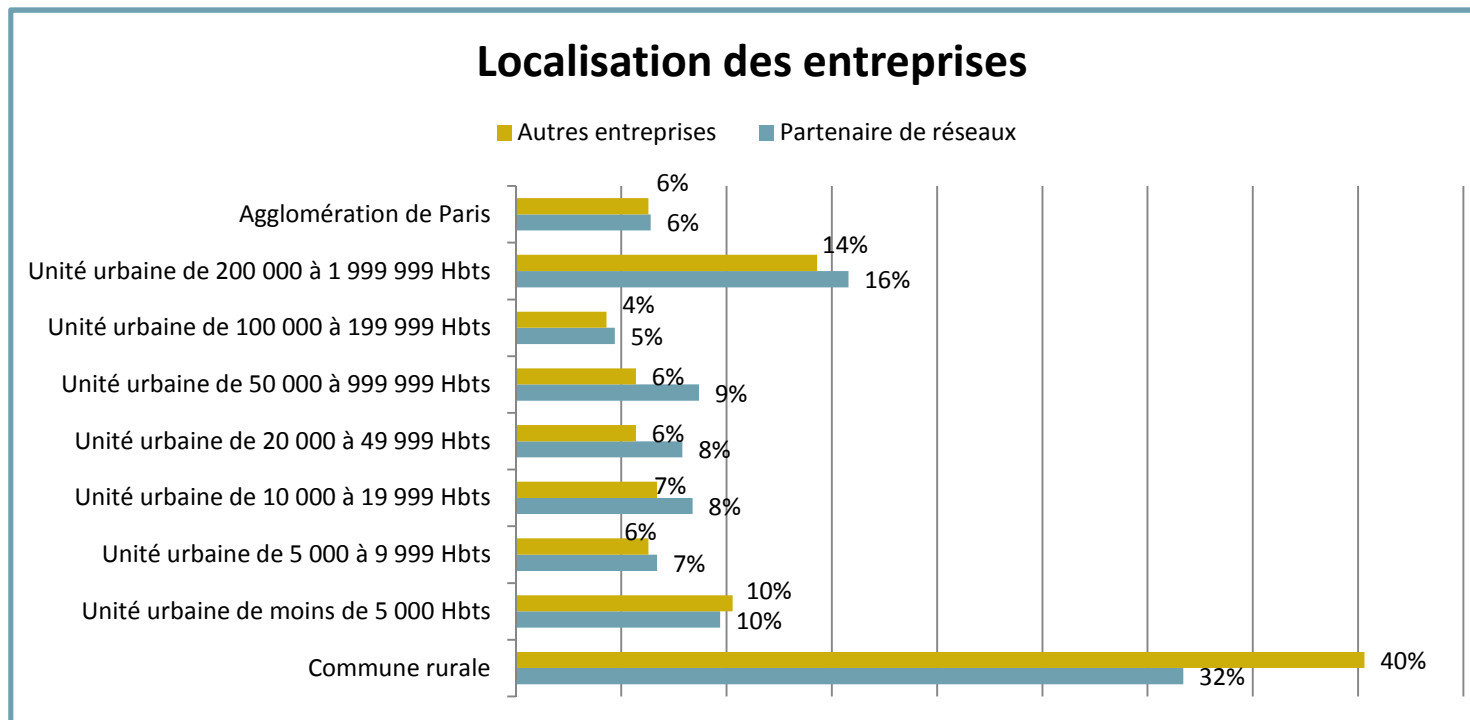
- **9% des entreprises de l'échantillon miroir ont été membres de réseaux professionnels par le passé**, ce qui nous permet d'évaluer les motifs et condition de retrait des réseaux.
- Ce retrait des réseaux est intervenu :
  - **dans 70% des cas à l'initiative de l'entreprise,**
  - dans 19% des cas à l'initiative de l'opérateur,
  - et pour le reste à l'issue de **litiges (11% des anciens adhérents)**.
- Les motifs de retrait invoqués par les entreprises sont les suivants :
  - Trop de contraintes (administratives, normes, réglementation...)
  - TVA à 19.6%
  - Pas assez de chantiers confiés
  - Trop d'investissements à réaliser
  - Eloignement géographique
  - Changement intervenu dans la stratégie de développement de l'entreprise
  - Problème de paiement sur un chantier

## Caractéristiques des entreprises partenaires

- Localisation
- Effectif salarié
- Forme juridique
- Ancienneté de l'entreprise
- Age du dirigeant
- Niveau d'étude du dirigeant
- Perspectives de développement de l'entreprise
- Zoom sur les entreprises adhérentes de plusieurs réseaux

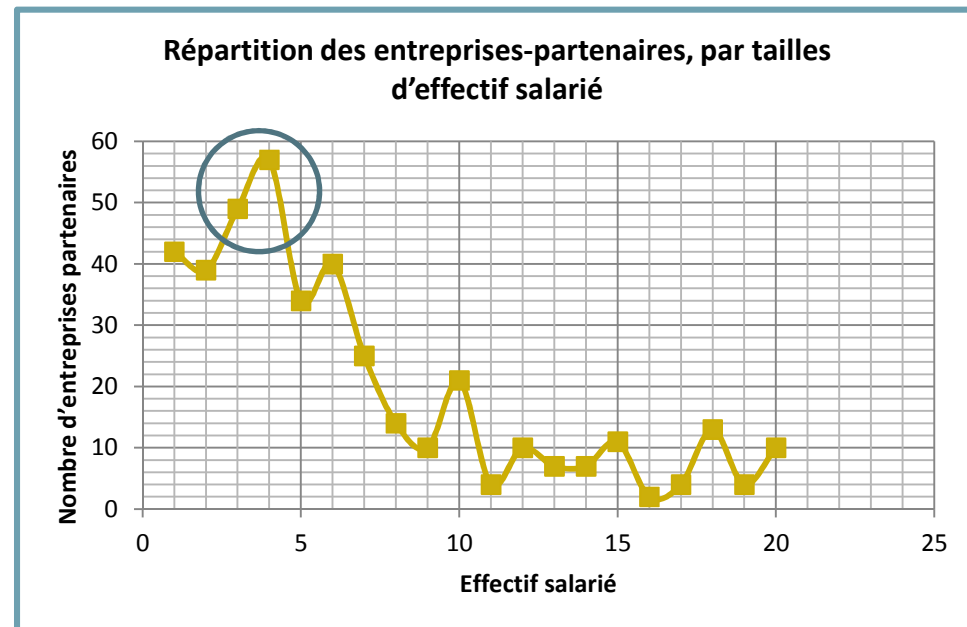
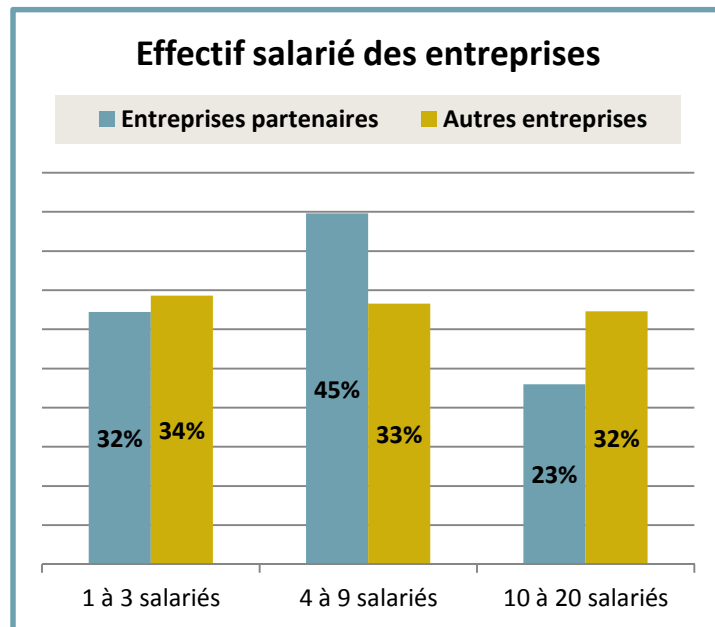
# Localisation des entreprises partenaires

- Les entreprises partenaires de réseaux professionnels sont réparties sur l'ensemble du territoire, ce qui répond à l'objectif de proximité géographique des opérateurs vis-à-vis des clients finaux.
- Comme en 2000, elles restent néanmoins relativement moins présentes en communes rurales (notamment au sein des réseaux de fournisseurs d'énergie et d'assureurs).
- L'étude ne permet pas de repérer des différences régionales : les réseaux semblent donc être présents sur l'ensemble du territoire national.



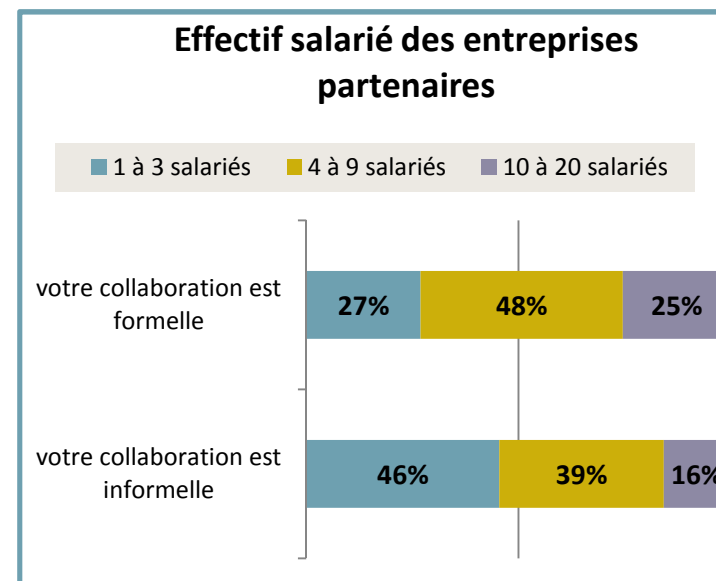
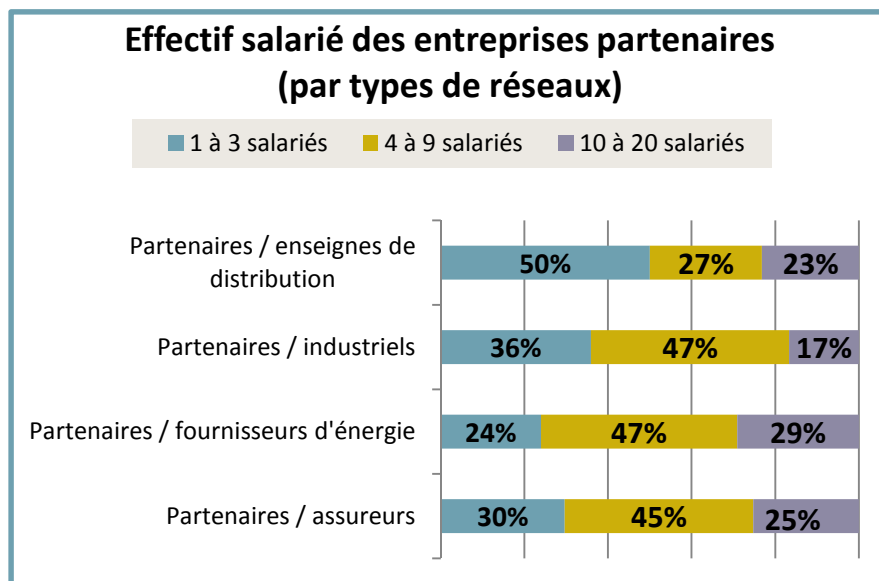
# Effectif salarié des entreprises partenaires

- Conformément aux déclarations des opérateurs, les entreprises partenaires de réseaux professionnels sont plus présentes au sein des 4-9 salariés (il s'agit de la cible privilégiée par les réseaux professionnels, dans la mesure où ces entreprises sont en capacité d'être plus réactives et ont généralement structuré un poste administratif). L'effectif salarié moyen est de 6.5 salariés (il était de 9 salariés dans l'enquête menée en 2000).
- Toutefois, force est de constater une présence non négligeable d'entreprises partenaires de petite taille : la taille médiane est d'ailleurs de 4 salariés.



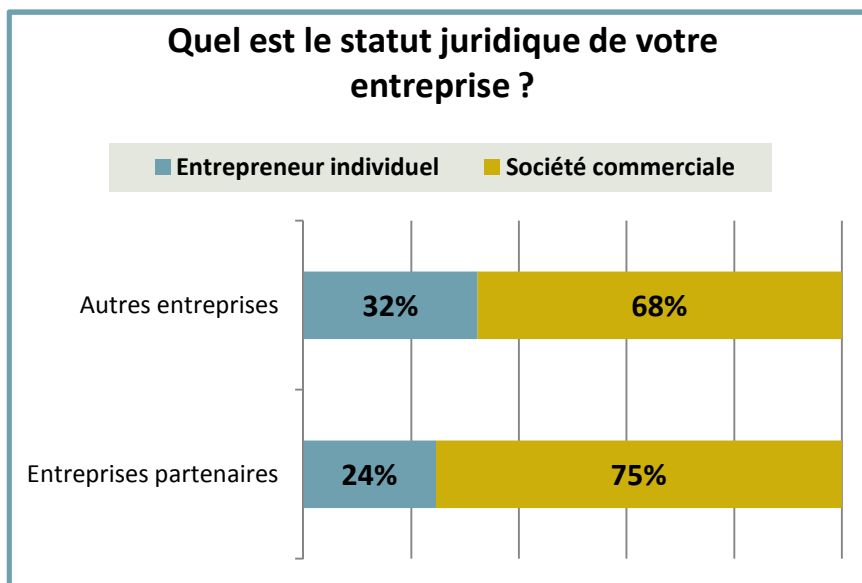
# Effectif salarié des entreprises partenaires par types de réseaux professionnels

- Les réseaux d'enseignes de distribution se distinguent par un recours plus fréquent aux entreprises de 1 à 3 salariés (50% contre 32% en moyenne pour l'ensemble des réseaux).
- Inversement, les fournisseurs d'énergie privilégient des entreprises de plus grosse taille (76% des entreprises partenaires ont au moins 4 salariés). L'effectif moyen y est de 7,5 salariés.
- Les entreprises ayant formalisé leur partenariat par contrat ou charte ont un effectif plus élevé : ainsi, 46% des partenaires dont la collaboration est informelle ont entre 1 et 3 salariés, alors que cette tranche d'effectifs ne représente que 27% des entreprises adhérentes.



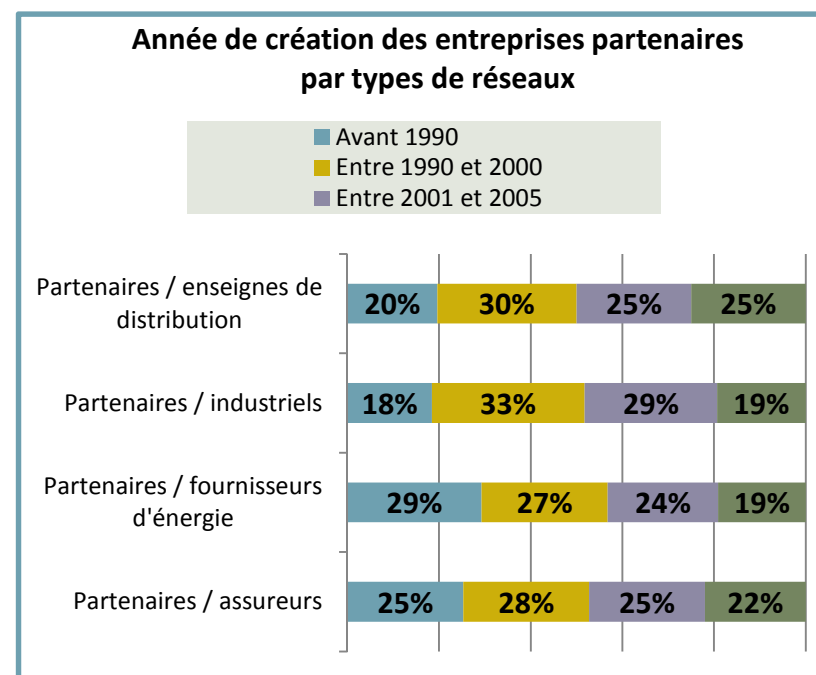
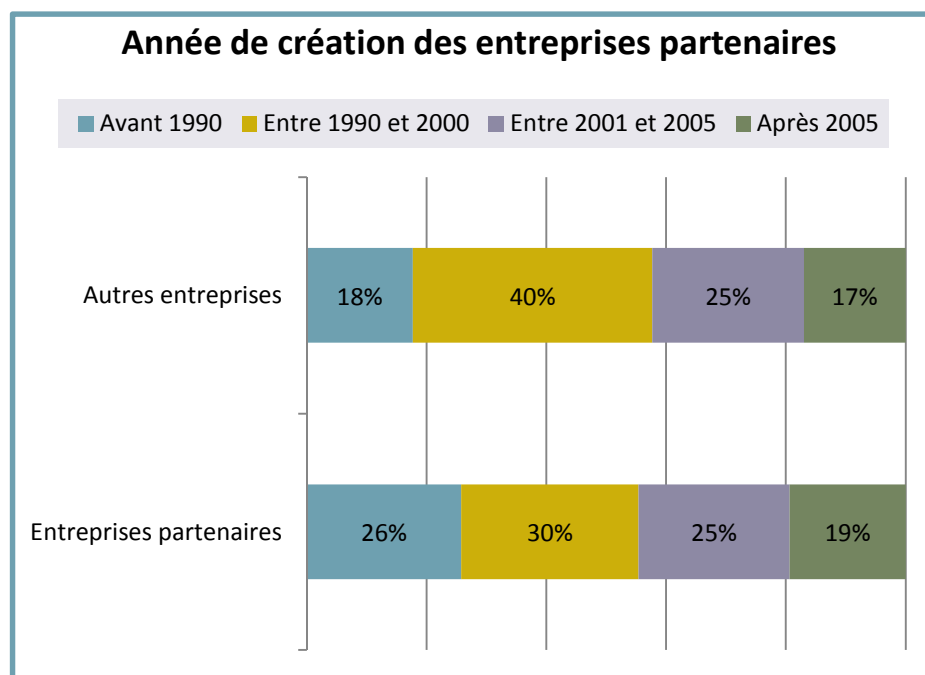
# Structure juridique

- Les entreprises partenaires de réseaux professionnels sont constituées, pour trois quarts d'entre elles, sous forme de société commerciale.
- Ce résultat est cohérent étant donné la structure d'emploi de ces entreprises (la forme de société augmente avec l'effectif salarié). Il s'explique également par une moindre localisation en commune rurale (la forme individuelle y étant plus présente).



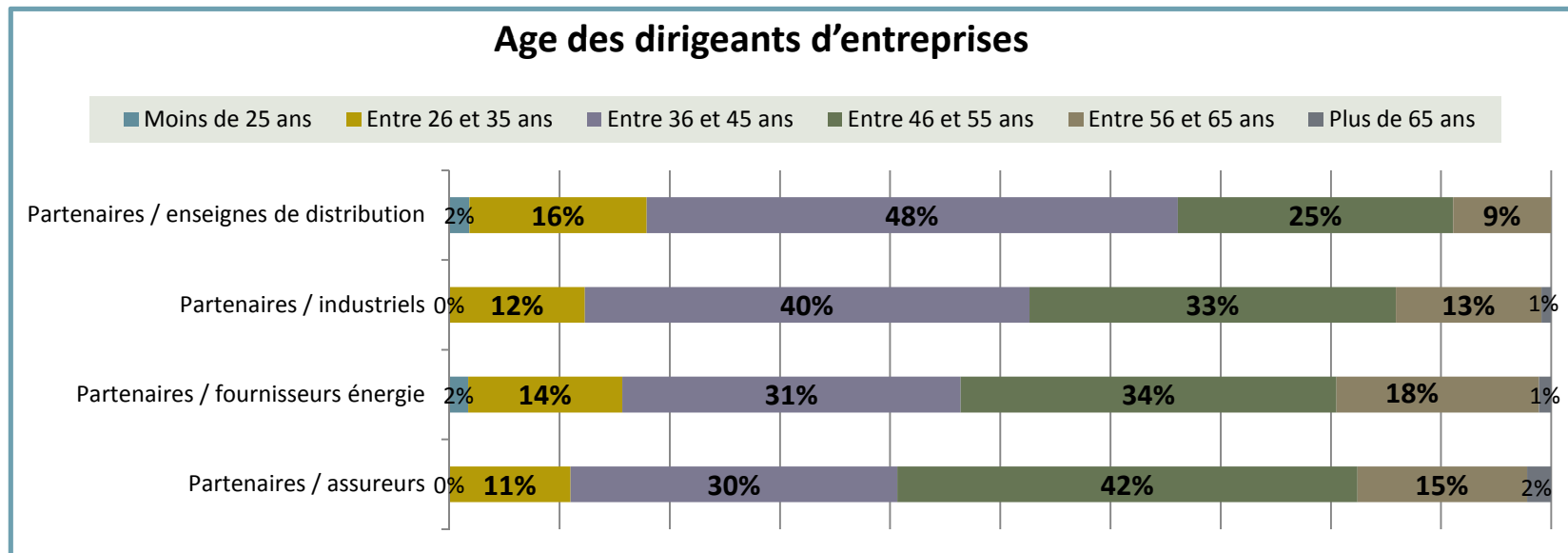
# Ancienneté des entreprises

- Les entreprises interrogées étaient toutes créées avant le 1<sup>er</sup> janvier 2009.
- La structure d'âge des entreprises partenaires est assez conforme à celle des autres entreprises : tout juste y trouve-t-on une part plus importante d'entreprises créées avant 1990.



# Age des dirigeants

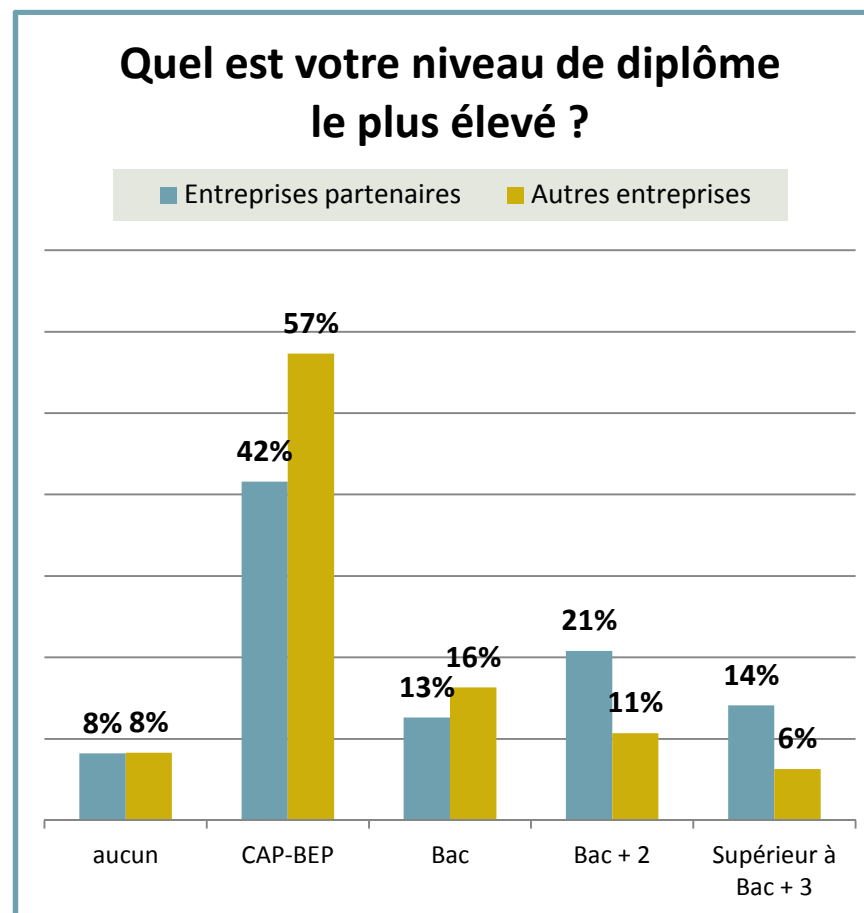
- L'âge moyen des dirigeants d'entreprises partenaires de réseaux professionnels est de 46 ans.
- Les dirigeants des réseaux d'assureurs sont les plus jeunes : l'âge moyen est de 43 ans et les deux tiers d'entre eux ont moins de 45 ans.





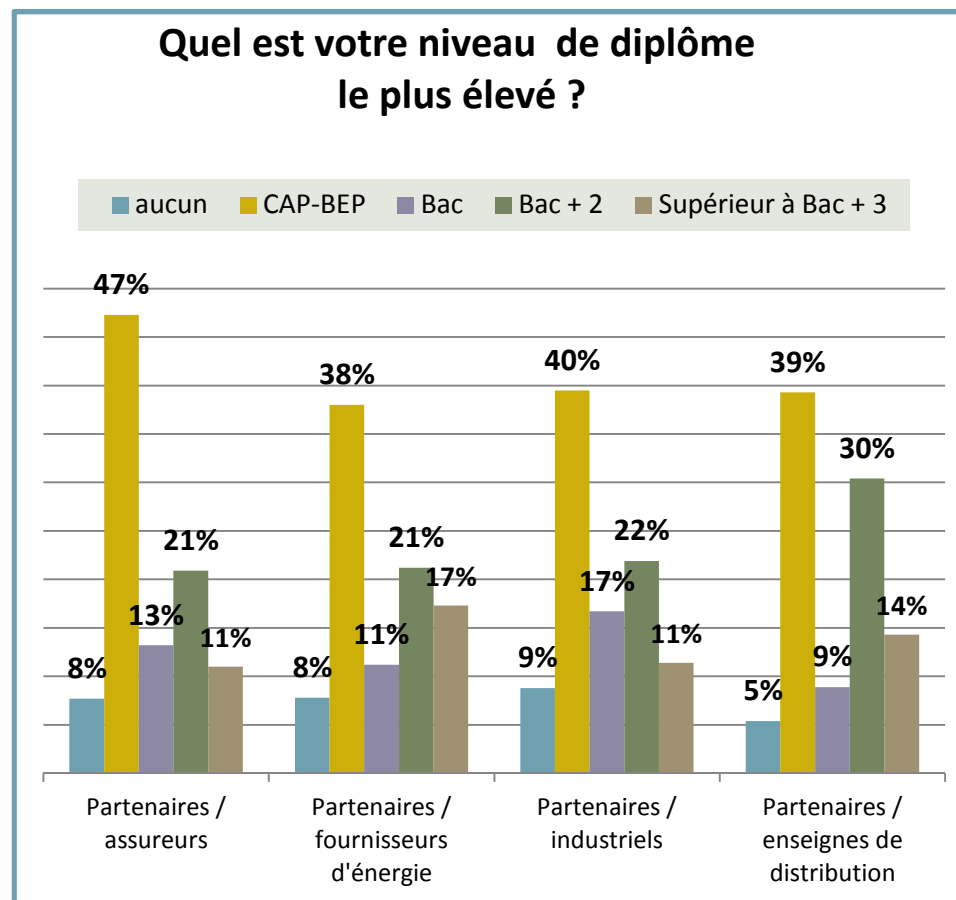
# Niveau d'étude du dirigeant

- Les dirigeants d'entreprises partenaires de réseaux se distinguent par leur niveau d'étude : ainsi, 35% d'entre eux ont un diplôme d'enseignement supérieur, contre 17% en moyenne des autres entreprises.
- ... ce qui n'exclue toutefois pas les dirigeants moins diplômés : 60% d'entre détiennent au plus un baccalauréat.
- Ce résultat est cohérent avec l'étude menée antérieurement par l'ISM auprès des créateurs d'entreprises du bâtiment dont les résultats mettaient en avant une corrélation étroite entre le niveau d'étude et la capacité à travailler en lien avec d'autres opérateurs.



# Niveau d'étude du dirigeant

- On remarque un niveau de diplôme plus élevé chez les dirigeants d'entreprises partenaires de réseaux d'enseignes de distribution et de fournisseurs d'énergie (cela est lié notamment à l'activité de second œuvre technique où les dirigeants ont traditionnellement un niveau d'étude plus élevé).



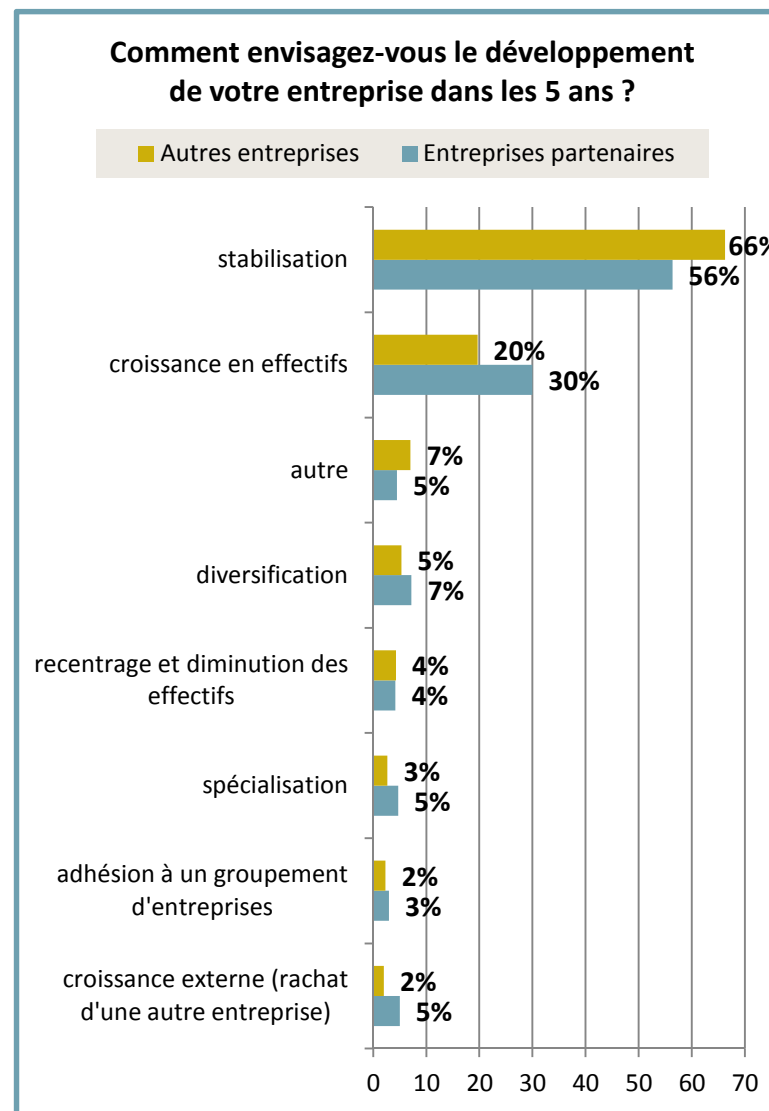
# Perspectives de développement des entreprises

■ On constate, au sein des entreprises partenaires, une plus forte proportion d'entreprises envisageant une croissance de leurs effectifs (30% contre 20% parmi les « autres entreprises »).

Deux hypothèses peuvent être avancées à ce sujet:

- les réseaux ont un effet positif sur la croissance des entreprises partenaires
- et / ou les profils de dirigeants d'entreprises partenaires sont plus « développeurs » que ceux des autres entreprises.

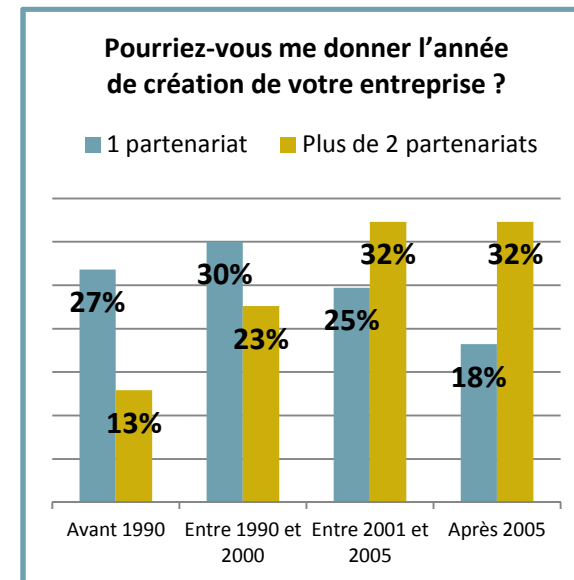
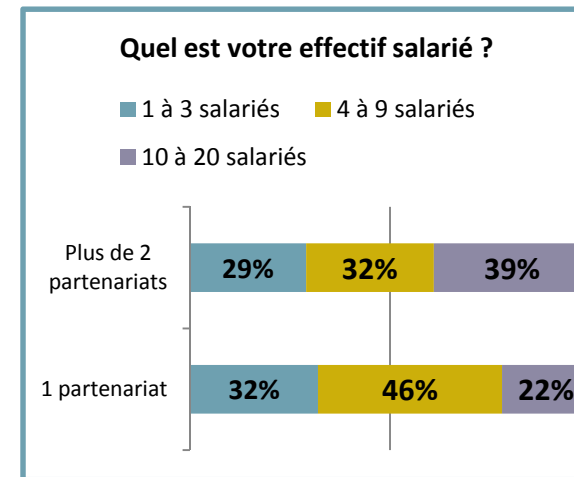
• Cet aspect est confirmé par une part plus importante de dirigeants envisageant une croissance externe (5% contre 2%).



# Zoom sur les entreprises partenaires de plusieurs réseaux

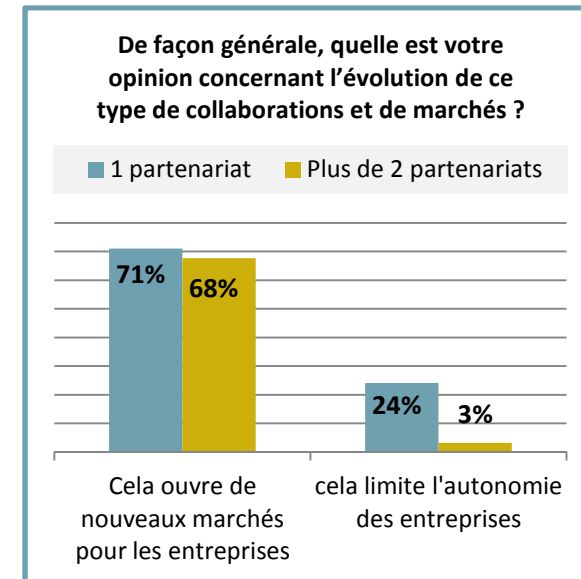
Les entreprises travaillant pour le compte de plusieurs réseaux d'opérateurs (soit 8% des entreprises « partenaires ») présentent des caractéristiques singulières :

- Elles ont en général un effectif salarié plus élevé et sont de création plus récente (un tiers ont été créées après 2005, contre 18% pour les autres entreprises). On peut donc supposer qu'une part d'entre elles ont été constituées en ciblant spécifiquement ce type de marchés, ce qui est corroboré par un segment plus important d'entreprises réalisant au-delà de 50% de leur CA avec les réseaux.
- Les dirigeants sont d'ailleurs en général plus proactifs vers les réseaux d'assureurs et les enseignes de distribution
- Ces entreprises sont plus nombreuses à travailler avec des architectes (39% d'entre elles).
- Les partenariats sont un peu plus formalisés que dans la moyenne



# Zoom sur les entreprises adhérentes de plusieurs réseaux

- Les tarifs sont plus souvent inférieurs à ceux pratiqués par ailleurs (32% des cas contre 17% pour les entreprises n'ayant qu'un seul partenariat).
- Les entreprises communiquent plus sur les partenariats engagés.
- 32% souhaitent développer ce type de partenariats à d'autres réseaux (contre 15% pour les autres).
- Elles sont plus engagées dans des stratégies de croissance externe de diversification ou de spécialisation.
- La moitié des dirigeants ont un diplôme d'enseignement supérieur (les 2/3 ont au moins le BAC)

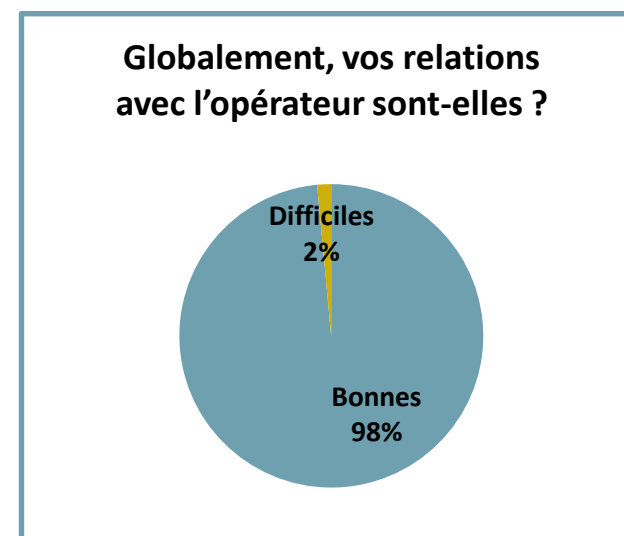


# Bilan des partenariats

- Relations avec l'opérateur
- Respect des contraintes imposées par les opérateurs
- Fonctionnement des réseaux
- Apport en notoriété et valorisation des partenariats
- Principaux avantages des partenariats
- Conséquences sur l'organisation des entreprises partenaires
- Points de vue sur les réseaux et leur évolution
- Bilan et perspective du partenariat sur l'activité des entreprises

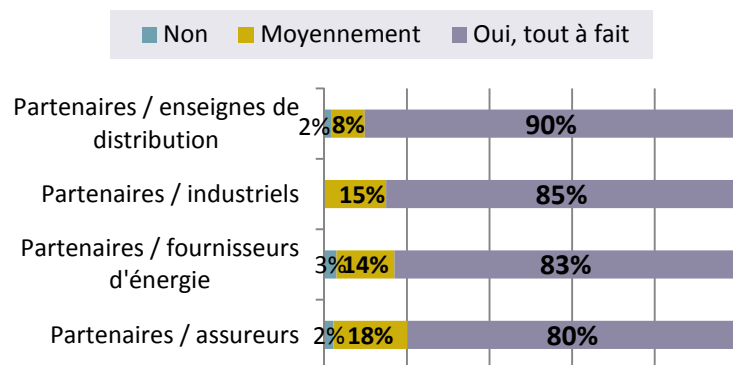
# Relations avec les opérateurs de réseaux

- **Les relations sont très bonnes entre les entreprises partenaires et les opérateurs de réseaux** : seules 2% d'entre elles déclarent des relations difficiles (un taux homogène quel que soit le type de réseaux, et similaire à celui enregistré en 2000).
- Les motifs d'insatisfaction cités sont principalement :
  - Un problème de communication, relationnel, le manque de suivi dans les relations.
  - Un problème dans la tarification de référence, trop basse pour l'entreprise partenaire.



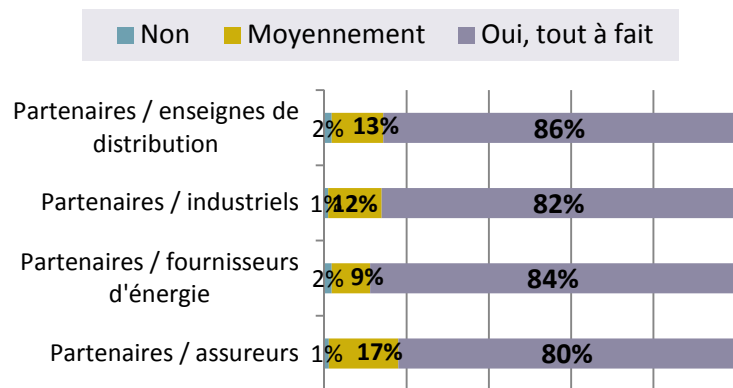
# Respect des contraintes imposées par les opérateurs

## Parvenez-vous à respecter les contraintes imposées en matière de réactivité ?

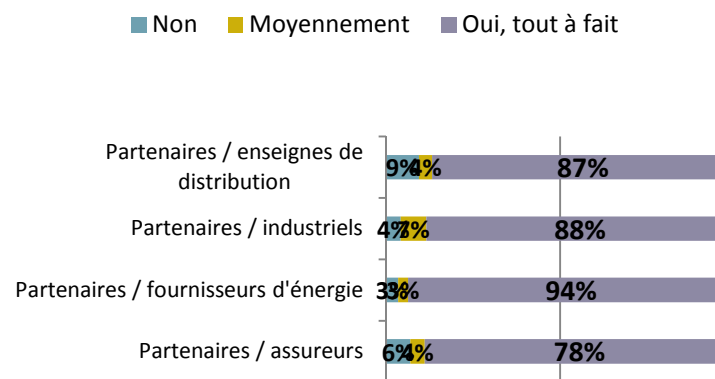


- Les contraintes imposées par l'opérateur en matière de réactivité, de respect des délais sont respectées par plus de 80% des entreprises partenaires. Seules 1 à 3% des entreprises n'y parviennent pas. 15% environ des entreprises y répondent « moyennement ».
- Les consignes en matière de contrôle de chantiers posent problèmes à une minorité de 5% à 10% d'entreprises partenaires.

## Parvenez-vous à respecter les contraintes en matière de respect des délais ?



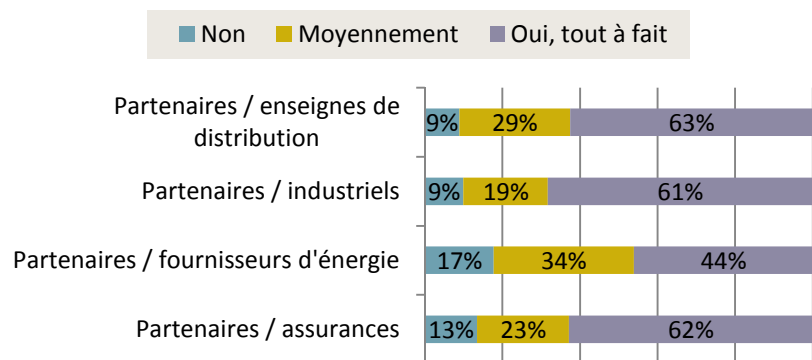
## Parvenez-vous à respecter les contraintes en matière de contrôle des chantiers ?



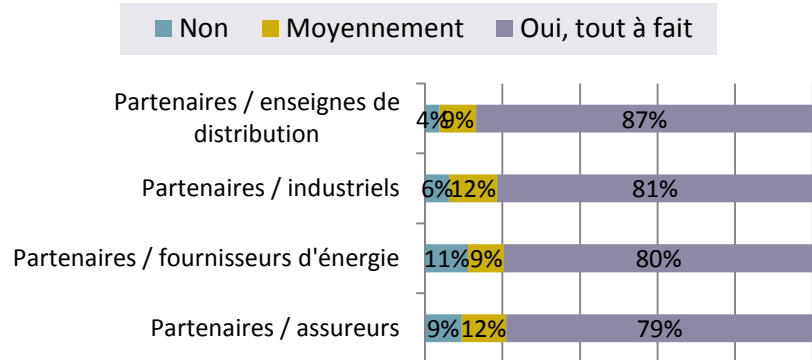


# Fonctionnement des réseaux

## Selon vous, l'apport d'affaires est-il satisfaisant ?



## Les délais de paiement sont-ils satisfaisants ?



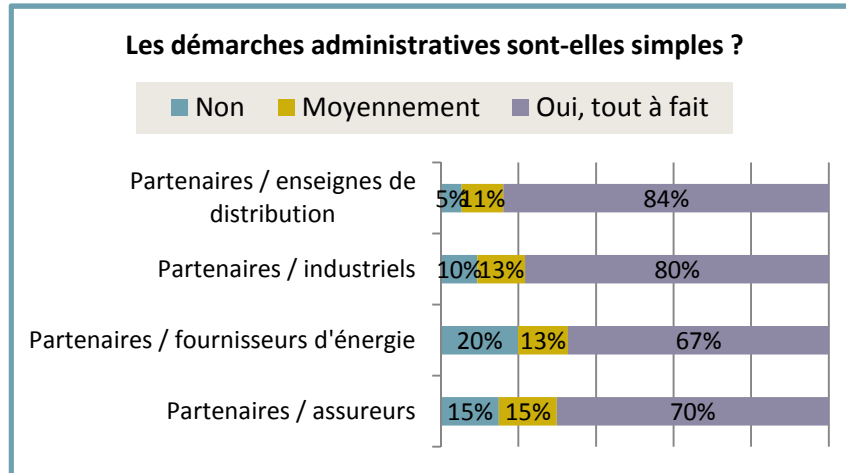
## Apport d'affaires

- Les deux tiers des entreprises partenaires sont tout à fait satisfaites de l'apport d'affaires, à l'exception des entreprises partenaires des réseaux d'énergie : 34% sont moyennement satisfaites, 17% pas du tout (mais nous avons vu plus haut que la part du CA dégagée par ces réseaux est la plus faible).

## Délais de paiement

- La satisfaction est quasi-générale concernant les délais de paiement.

# Fonctionnement des réseaux

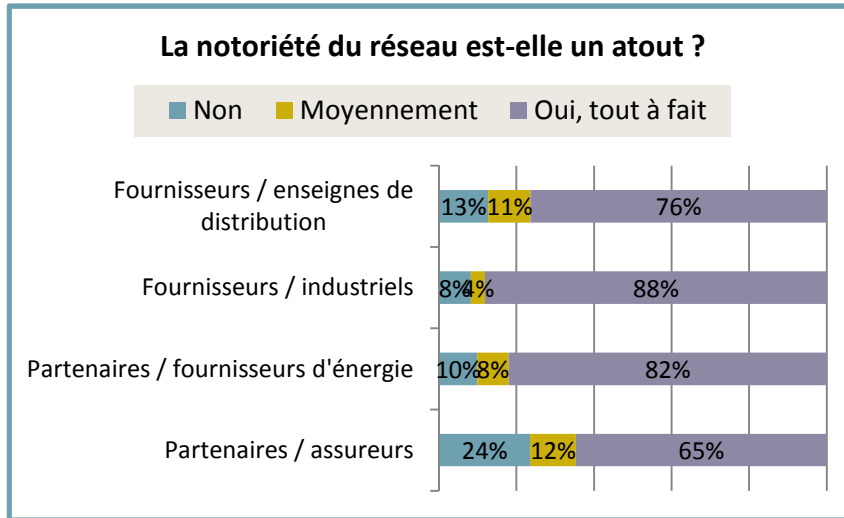


## ■ Démarches administratives

Les démarches administratives sont jugées simples par une grande majorité d'entreprises partenaires .

Les mécontents sont plus nombreux au sein des réseaux de fournisseurs d'énergie et d'assureurs.

# Apport en notoriété et valorisation des réseaux

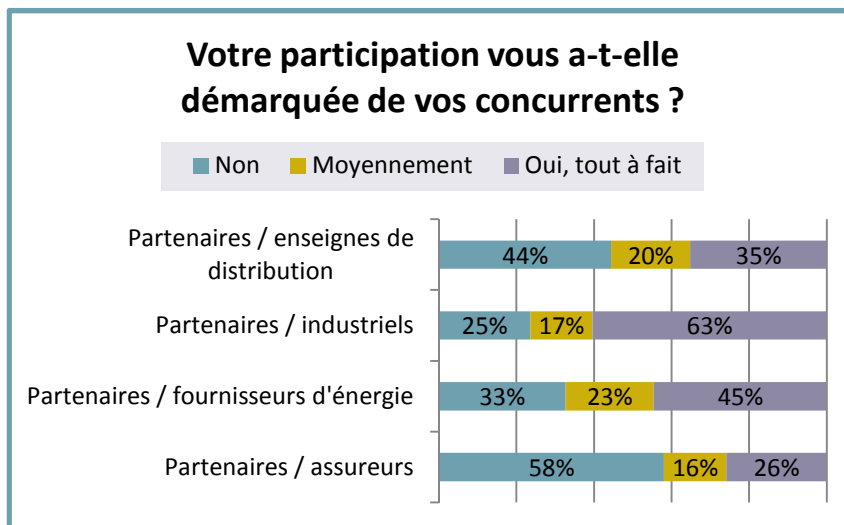


## ■ Apport d'image, notoriété

Le gain en notoriété est un élément moteur pour adhérer à un réseau.

Les entreprises partenaires confirment l'impact positif du réseau dans le domaine (avec toutefois une opinion plus partagée des entreprises partenaires de réseaux d'assureurs).

- Cet apport d'image permet de se démarquer vis-à-vis de la concurrence au sein des seuls réseaux d'industriels. Les résultats sont plus mitigés au sein des réseaux d'enseignes de distribution (44% de non satisfaits) et des assureurs (58%).

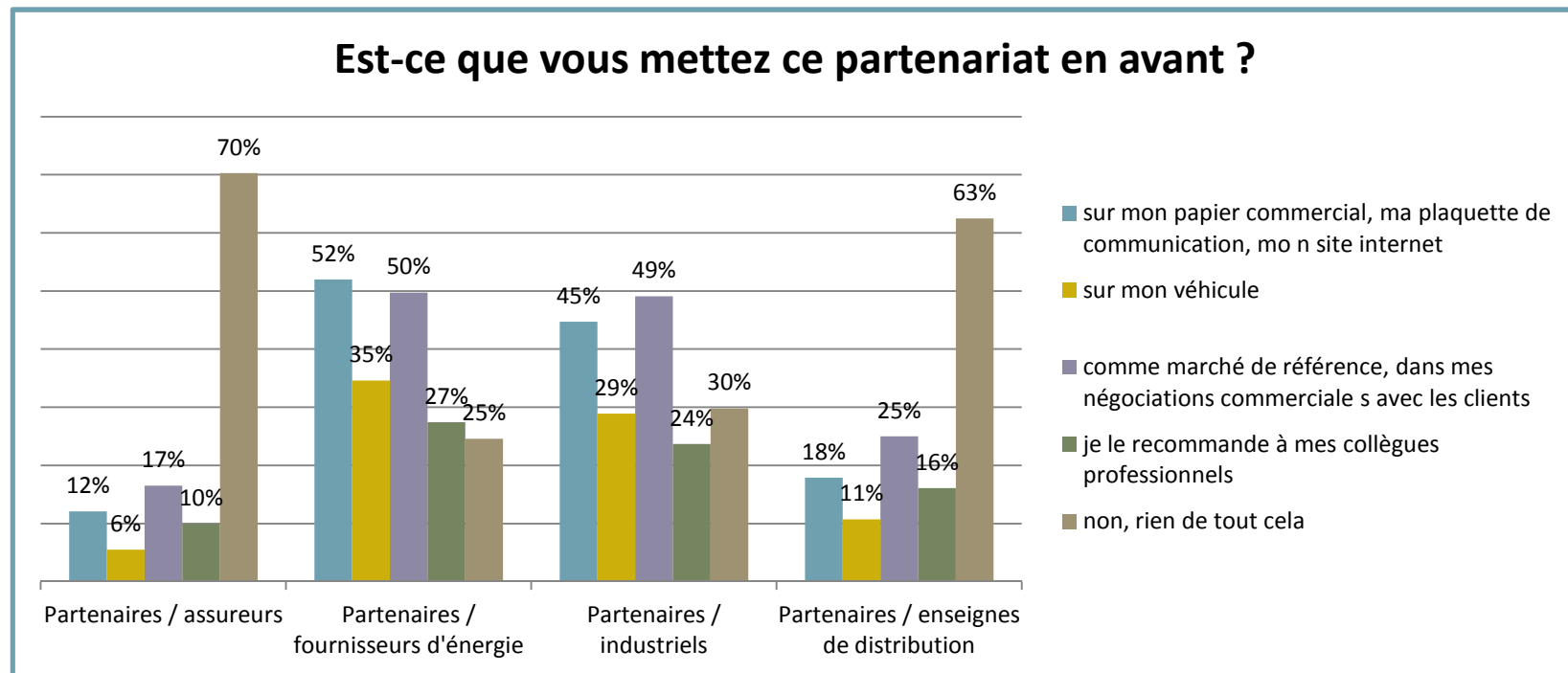


# Apport en notoriété et valorisation des réseaux

## ■ Valorisation des réseaux

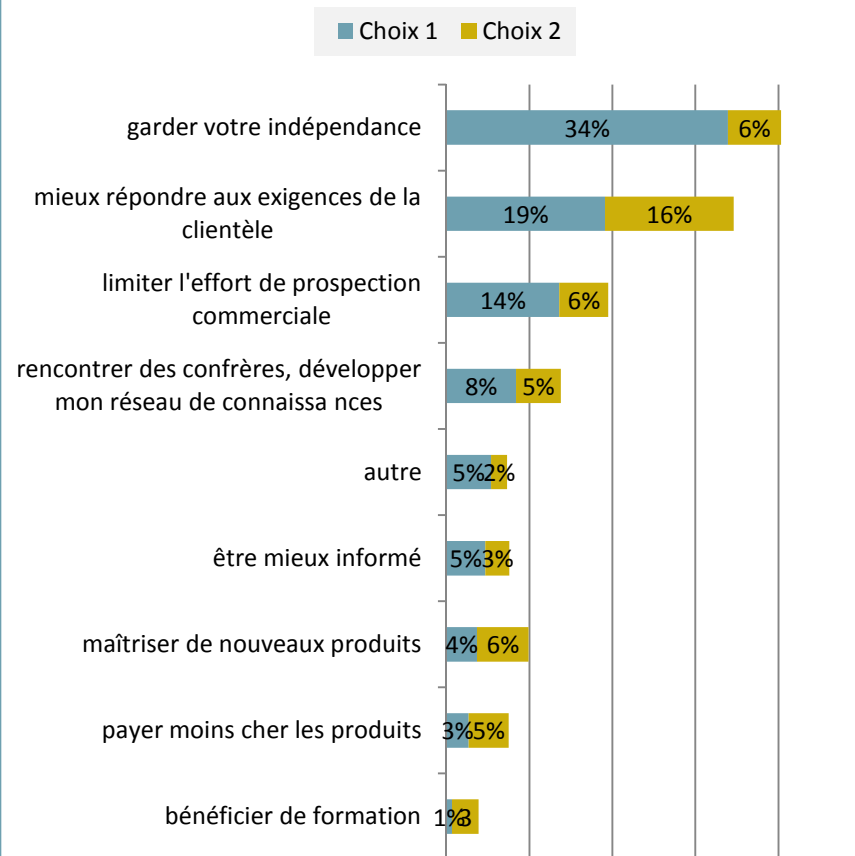
On remarque que le gain en « image » du réseau est d'autant plus important que l'entreprise partenaire l'aura valorisé : ainsi, les  $\frac{3}{4}$  des entreprises partenaires de fournisseurs d'énergie et 70% des partenaires d'industriels investissent dans la promotion du réseau (principalement dans les outils de communication de l'entreprise et comme marché de référence).

Les entreprises partenaires des assureurs, qui assurent peu ce relai en communication, sont également les plus déçues quant à la valeur ajoutée des réseaux en matière d'image.



# Principaux avantages des partenariats

## Quels sont à vos yeux les autres avantages de ce partenariat pour votre entreprise ?

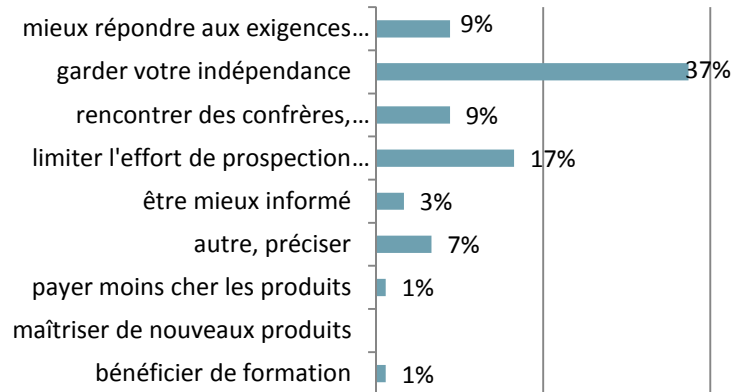


- Les principaux avantages des réseaux professionnels cités par les entreprises partenaires sont :
  - La possibilité de conserver son indépendance (« avec la force d'un groupe »)
  - De répondre aux exigences de la clientèle
  - De limiter l'effort de prospection commerciale
  - De rencontrer des confrères.
- D'autres avantages sont cités :
  - Le complément d'activité, la variété des chantiers
  - La sécurité des paiements,
  - La proximité géographique,
  - La notoriété des opérateurs et l'apport de reconnaissance : « plus on est reconnu, plus les clients font confiance ».

Certaines entreprises partenaires soulignent que les opérateurs de réseaux sont des clients comme les autres.

# Principaux avantages des partenariats

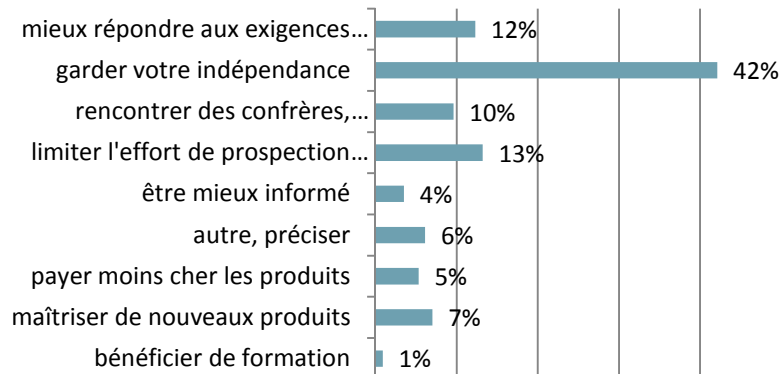
## Réseaux d'assureurs : autres avantages pour les entreprises partenaires



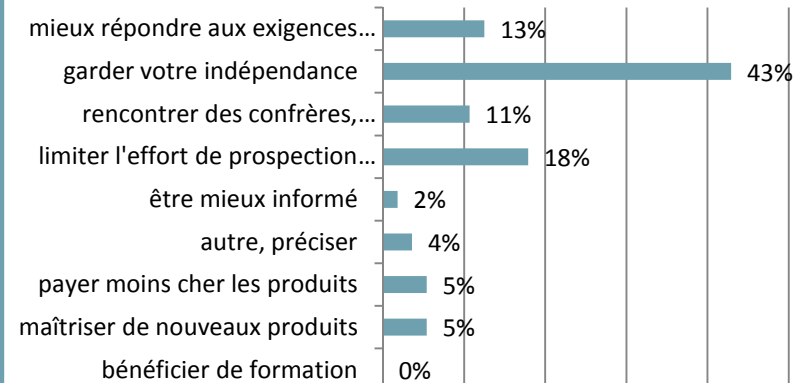
## Réseaux d'assureurs Réseaux d'industriels Réseaux d'enseignes de distribution

Selon les entreprises partenaires, les principaux avantages de ces réseaux sont proches : ils résident d'abord dans le maintien de l'indépendance, puis dans l'avantage commercial qui est de limiter la prospection.

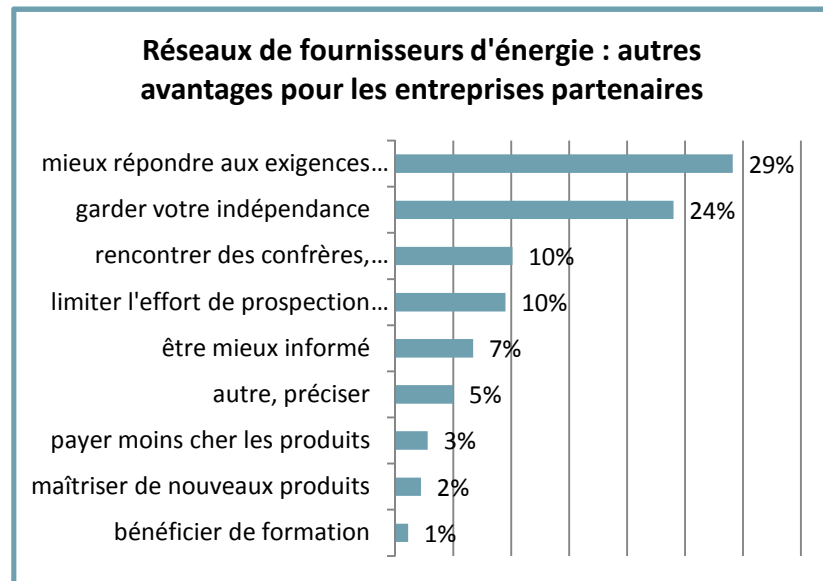
## Réseaux d'industriels : autres avantages pour les entreprises partenaires



## Réseaux d'enseignes de distribution : autres avantages pour les entreprises partenaires



# Principaux avantages des partenariats

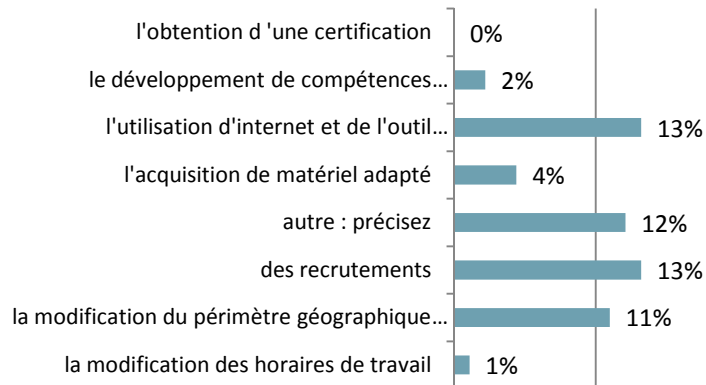


## Fournisseurs d'énergie

Les avantages de ces réseaux sont tout d'abord de répondre aux exigences de la clientèle : comme l'ont souligné plusieurs entreprises partenaires, ces réseaux sont un « passage obligé » pour pouvoir délivrer certaines prestations à la clientèle (comme par exemple l'accès aux prêts PTZ).

# Conséquences sur l'organisation des entreprises partenaires

## Partenaires / assureurs : ce partenariat a-t-il conduit à des changements dans l'entreprise ?

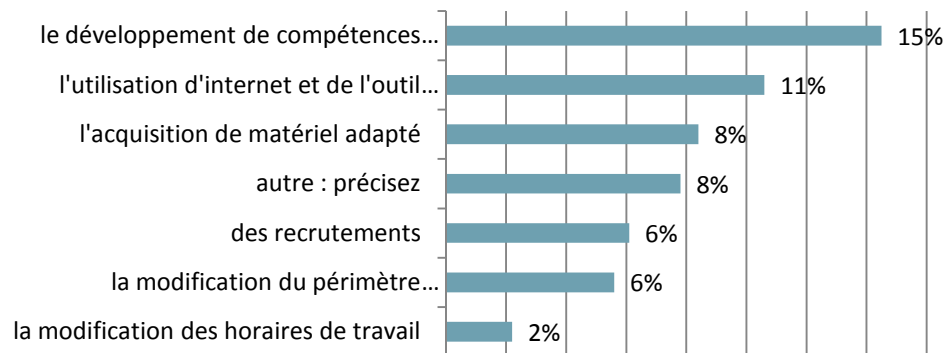


L'impact des réseaux professionnels sur l'organisation de leurs entreprises partenaires semble plus ou moins fort selon les opérateurs : élevé dans le cas des industriels et enseignes de distribution, moindre dans le cas des assureurs.

### Développement de compétences professionnelles :

Le développement de nouvelles compétences professionnelles est la principale conséquence citée par les entreprises partenaires des industriels (28%) et des fournisseurs d'énergie (15%).

## Partenaires / fournisseurs d'énergie : ce partenariat a-t-il conduit à des changements dans l'entreprise ?



### Utilisation des technologies numériques

Les acquis en matière d'utilisation d'internet et des technologies numériques sont quant à eux plus transversaux et concernent l'ensemble des réseaux (ils atteignent 19% des entreprises au sein des réseaux d'industriels).

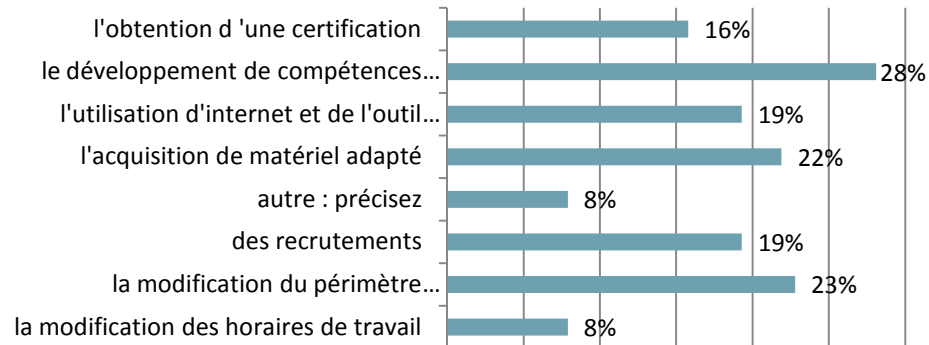
### Obtention d'une certification / qualification

Seules les entreprises partenaires des réseaux d'industriels citent cet impact.

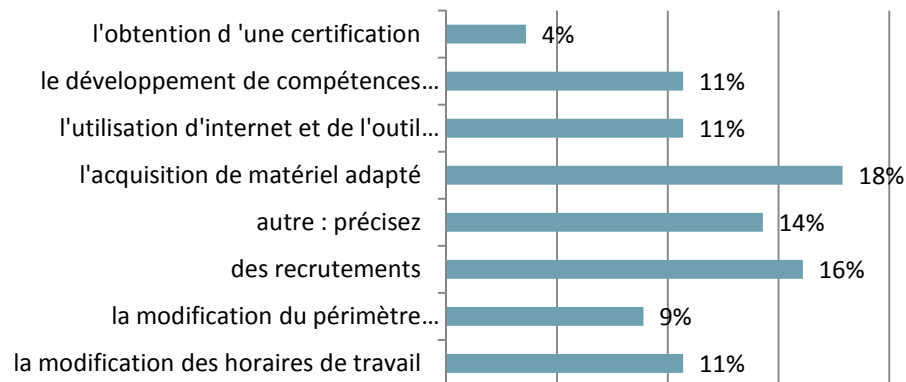


# Conséquences sur l'organisation des entreprises partenaires

## Partenaires / industriels : ce partenariat a-t-il conduit à des changements dans l'entreprise ?



## Partenaires / enseignes de distribution : ce partenariat a-t-il conduit à des changements dans l'entreprise ?



### Investissements matériels

Les investissements matériels générés par le partenariat sont importants dans les réseaux d'enseignes de distribution (il s'agit du point d'impact le plus fréquemment cité, par 18% des entreprises) et d'industriels (22%).

### Recrutements

Des recrutements sont signalés :

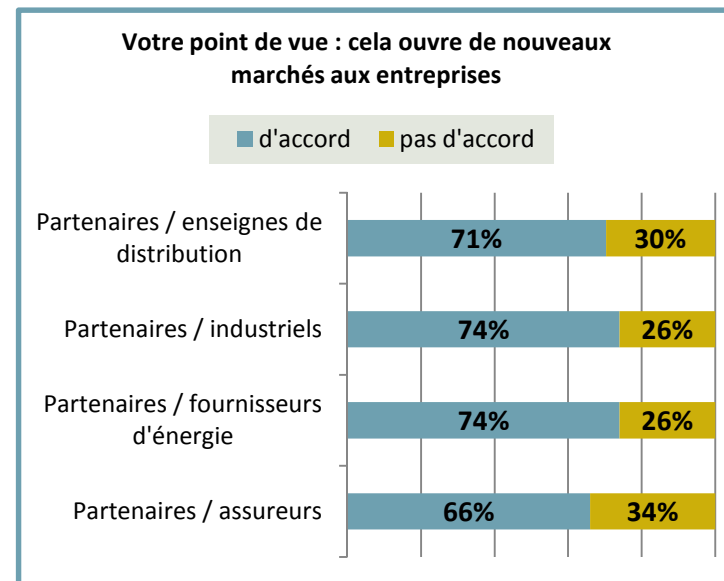
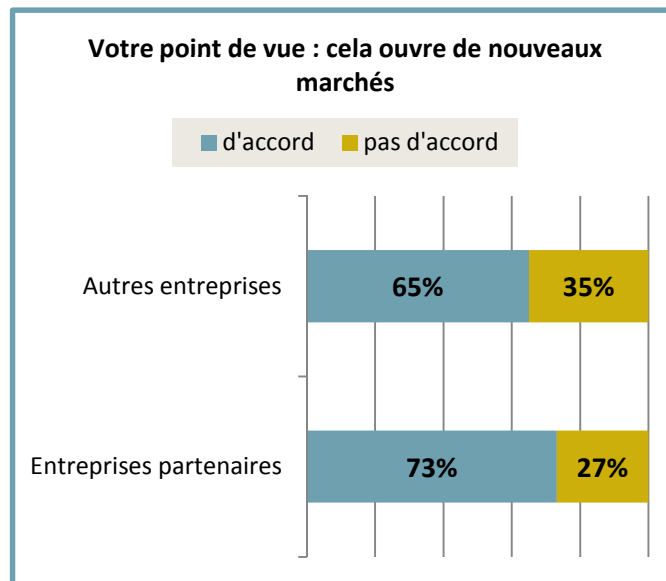
- par 19% des partenaires d'industriels ;
- par 16% des entreprises partenaires d'enseignes de distribution ;
- par 13% des partenaires d'assureurs et 6% des partenaires de fournisseurs d'énergie.

Comparativement à l'enquête réalisée en 2000, on constate donc une évolution positive de l'impact en terme d'emplois au sein des entreprises partenaires d'industriels (mais c'est là que se situe désormais majoritairement l'apport d'affaires), et dans une moindre mesure chez les partenaires/adhérents des fournisseurs d'énergie.

# Points de vue sur les réseaux et leur évolution

■ **Concernant l'ouverture de marchés**, les entreprises s'accordent sur la plus-value des réseaux professionnels :

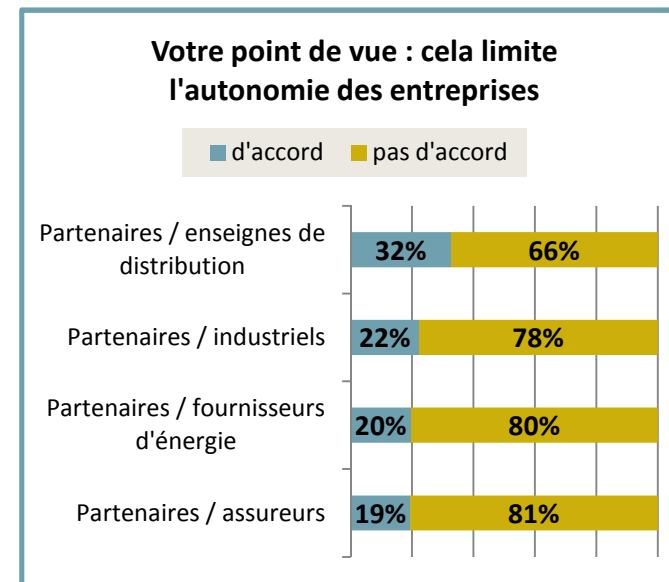
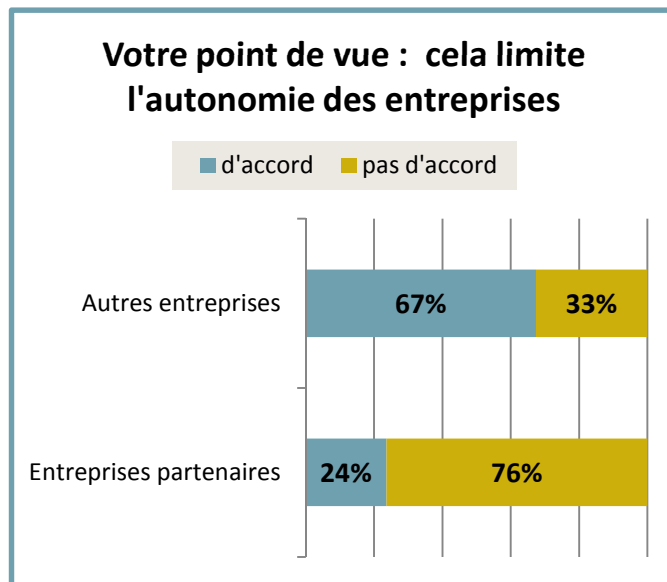
- pour les  $\frac{3}{4}$  des entreprises partenaires, la collaboration avec les réseaux professionnels ouvre bien de nouveaux marchés pour les entreprises (un point de vue minoré -66%- pour les réseaux des entreprises d'assurance ).
- Les entreprises non partenaires sont également majoritaires (65%) à partager ce point de vue.



# Points de vue sur les réseaux et leur évolution

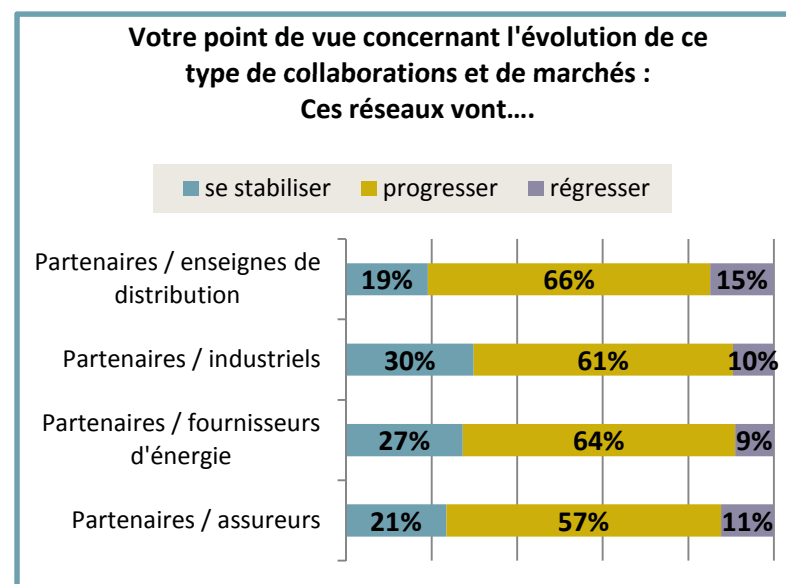
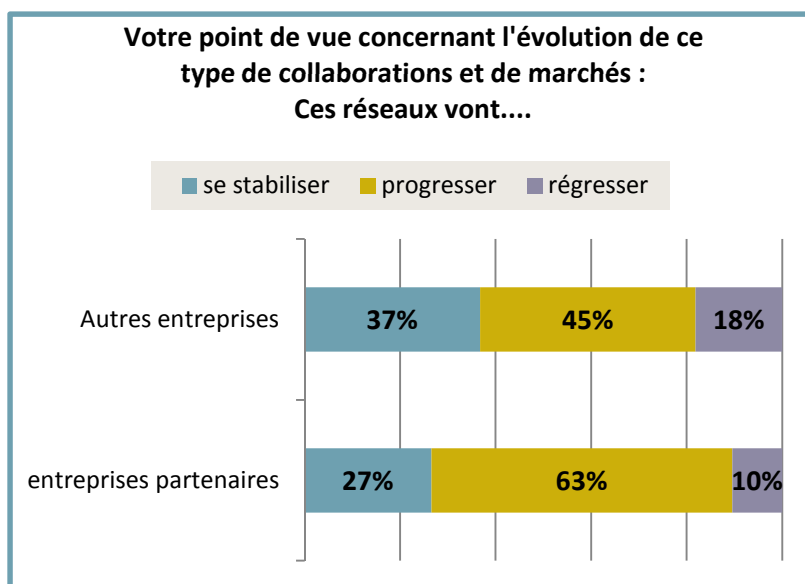
■ **Concernant la perte d'autonomie**, les points de vue des entreprises divergent en revanche complètement selon qu'elles sont partenaires ou pas :

- 67% des entreprises non partenaires pensent que la participation aux réseaux professionnels limite en effet l'autonomie des entreprises
- mais seules ¼ des entreprises partenaires partagent ce point de vue (inchangé depuis l'enquête menée en 2000).



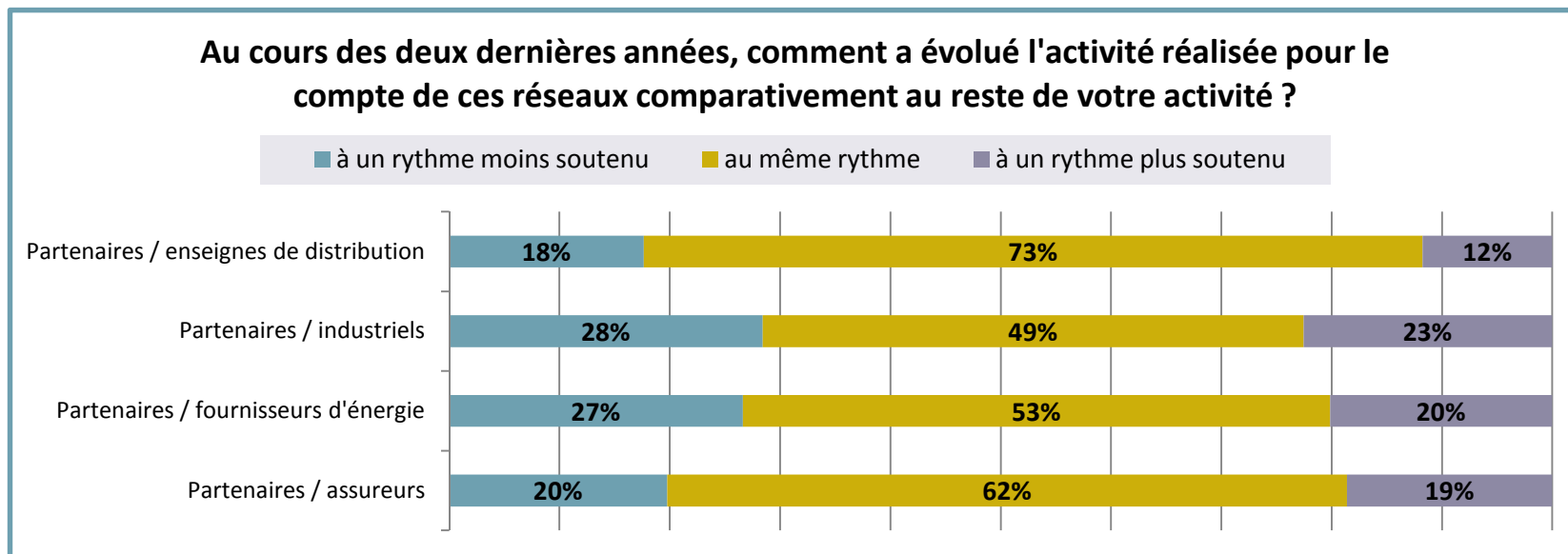
# Points de vue sur les réseaux et leur évolution

- **Concernant l'avenir enfin des réseaux professionnels**, 63% des entreprises partenaires pensent que les réseaux vont encore progresser (contre 45% des autres entreprises)
- Les points de vue sont assez homogènes quel que soit le type de réseaux professionnels.
- Les sceptiques –pariant sur une régression des réseaux professionnels- sont donc minoritaires et représentent 10% des entreprises partenaires et 18% des autres entreprises.



# Bilan et perspective du partenariat dans l'activité des entreprises partenaires

- Les réseaux professionnels participent au développement de l'activité de leurs entreprises partenaires dans 80% des cas.
- Il s'agit donc d'un marché complémentaire dynamique qui évolue généralement au même rythme que le reste de l'activité et dans 20% des cas à un rythme plus soutenu.



# Bilan et perspective du partenariat dans l'activité des entreprises partenaires

- Dernier indice de satisfaction des entreprises partenaires vis-à-vis des réseaux, la quasi totalité d'entre elles souhaitent poursuivre ce type de partenariat.
- 17% d'entre elles souhaitent même l'étendre à d'autres réseaux (un taux qui monte à 25% au sein des entreprises partenaires de réseaux d'industriels).
- Seules 8% des entreprises partenaires envisagent d'arrêter ce type de partenariat à l'avenir, un taux un peu en dessous du taux de renouvellement annuel des réseaux professionnels. Ce sont les partenaires des réseaux de fournisseurs d'énergie qui sont les plus déçus (13% déclarent souhaiter l'arrêt du partenariat).

