

## Etude d'image et de notoriété des Chambres de Métiers et de l'Artisanat

Principaux résultats, Septembre 2019

*Méthodologie : Etude menée par téléphone auprès d'échantillons représentatifs de 1003 Français, 302 artisans, 203 porteurs de projet, 201 apprentis et 200 collectivités locales du 1<sup>er</sup> au 19 juillet 2019.*

### 1. Les CMA : L'acteur de référence de l'accompagnement de l'artisanat pour les professionnels

- Les Chambres de Métiers et de l'Artisanat bénéficient d'une forte présence à l'esprit et sont clairement identifiées comme un soutien des artisans et futurs artisans : elles sont les **premiers acteurs de l'accompagnement des artisans cités spontanément**, et cela par l'ensemble des cibles.
- Au global (spontané et assisté), les CMA et les CCI font quasiment jeu égal en tête des organismes les plus connus. Dans le détail, 98% des *collectivités* connaissent les CMA, 84% des *artisans* et 76% des *porteurs de projet*. La notoriété est moins forte auprès des *apprentis* (59%) et surtout auprès du *grand public* (48%). Les autres acteurs proposant également un accompagnement potentiel aux artisans arrivent loin derrière en termes de notoriété.

### 2. Le bouche-à-oreille et la présence lors d'événements, principaux vecteurs de connaissance des CMA

- **Le bouche-à-oreille est le premier vecteur de notoriété des CMA** tant pour les artisans (33%) que pour les porteurs de projets (40%) et surtout les apprentis (64%). La présence des CMA lors d'événements est également un moyen important de visibilité.
- **Un peu plus de la moitié des artisans qui connaissent les CMA ont déjà été contactés par leur Chambres de Métiers et de l'Artisanat.** Ces contacts, qui permettent de nourrir la notoriété et l'image des CMA (76% des personnes qui ont une très bonne image des CMA ont eu des contacts avec eux), ont essentiellement eu lieu par courrier (43%) ou par téléphone (39%).

### 3. Les CMA jouissent d'une excellente image auprès des professionnels, mais qui est floue et peu construite auprès du grand public

- Auprès des connaisseurs des CMA, et quel que soit le public, **l'image des Chambres de Métiers et de l'Artisanat est bonne voire, très bonne.** Plus de 9 *apprentis* (94%) ou *créateurs* (93%) sur dix qui connaissent les CMA déclarent en avoir une bonne image. Sans atteindre de tels scores, l'image des CMA auprès des *artisans* (83%) et des *collectivités* (86%) est favorable, tout comme auprès du *grand public* (78%), même si ce résultat est quelque peu altéré par un taux plus important de non réponse.

- Dans le détail, l'image de CMA est bonne sur l'ensemble des items testés. **L'expertise des CMA et leur rôle de référence pour l'artisanat sont largement reconnus**, puisque cet item est un de ceux qui recueille le plus d'adhésion sur l'ensemble des cibles.
- Deux autres grandes tendances se dessinent également auprès de toutes les populations étudiées :
  - Les CMA sont perçues par une majorité de répondants comme « **des établissements trop administratifs** », et en particulier par les *artisans* et les *porteurs de projet* qui sont 73% à approuver cette position. Même parmi les *collectivités*, le côté « trop administratif » des CMA est perçu par une majorité de répondants (52%).
  - Le **côté « innovant » des CMA est peu perçu**. Certes une majorité des répondants répond positivement, estimant que les CMA sont innovantes, mais cette caractéristique est celle qui reçoit le moins d'adhésion parmi toutes celles testées.
- Auprès des artisans, plusieurs dimensions complémentaires sont à surveiller car elles impactent fortement l'image globale et n'apportent pas complètement satisfaction aujourd'hui : **le fait d'être à l'écoute de leurs préoccupations et d'apporter des solutions pertinentes à leurs besoins**.

#### 4. Les missions des CMA sont plutôt bien identifiées, mais l'aide à la transition écologique et à l'export peine à percer

- Malgré quelques disparités selon les cibles, **les missions des CMA sont plutôt bien connues de l'ensemble des cibles**. En effet, la promotion des métiers de l'artisanat, la formation et la préparation à ces métiers, l'aide à la création et à la reprise d'entreprises artisanales et l'accompagnement dans la mise en place d'un apprentissage sont les missions les mieux perçues par les 5 cibles.
- En revanche, **l'accompagnement des artisans à l'export est la mission la moins attribuée** aux CMA et en particulier par les *artisans* et les *porteurs de projet*, qui ne sont qu'une petite majorité à estimer que cela fait partie des missions des CMA (respectivement 53% et 50%). **L'autre mission des CMA qui est encore peu connue est l'accompagnement des entreprises artisanales dans leur transition écologique**.

#### 5. Des attentes d'accompagnement concrètes et propres à chaque public

- Chez les *artisans*, l'attente d'un **accompagnement plus soutenu, plus régulier avec davantage de proximité et de présence sur le terrain** ; une opportunité à saisir puisqu'une plus grande proximité engendre un gain d'image pour les CMA. En matière de thématiques, des besoins qui portent surtout sur la gestion et les financements, ainsi que sur la formation.
- Les *porteurs de projet* souhaitent être épaulés dans la gestion de leur entreprise et en priorité sur les **régimes fiscaux et statuts d'entreprise**, ainsi que sur le **financement de leur projet**.
- Les *apprentis* qui connaissent les CMA attendent davantage d'aide de leur part, notamment dans la **mise en relation avec les employeurs et le financement de leur apprentissage**. Ils sont également sensibles au développement de l'apprentissage et à un meilleur suivi des apprentis en entreprise.
- Des attentes plus nombreuses et plus marquées pour les *collectivités* : plus de la moitié des institutionnels qui connaissent les CMA pensent qu'elles doivent **davantage coopérer** avec les collectivités, aider au développement économique et des territoires. Mais les



institutionnels attendent également des CMA qu'elles soient **plus présentes sur le terrain** et qu'elles **communiquent mieux sur leur rôle et leurs prestations**.