



Agence de Promotion
de l'Industrie et de l'Innovation



BAROMÈTRE CLIMAT DES AFFAIRES

11 MERCREDI
JUILLET
2018

Principaux constats issus du baromètre du climat des affaires pour les PME du secteur industriel

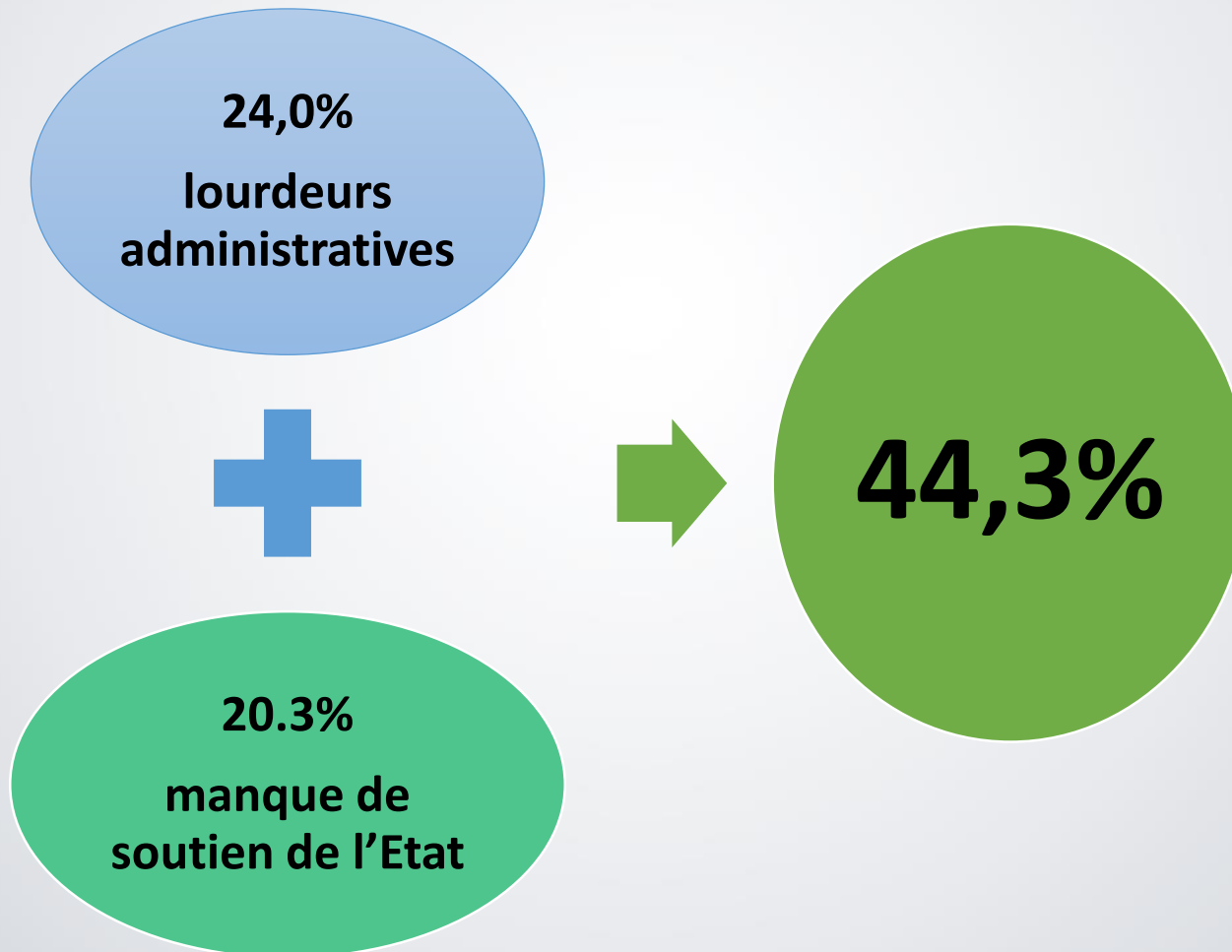
Monsieur Samir Bechouel, Directeur Général de l'APII

- **Rôle de l'Etat et des institutions publiques : des synergies à créer et des déficiences à combler,**
- **Les structures d'appui : Des services à moderniser et à développer,**
- **Les avantages financiers et fiscaux ne sont pas déterminants,**
- **Une contrainte foncière majeure: La hausse des prix,**

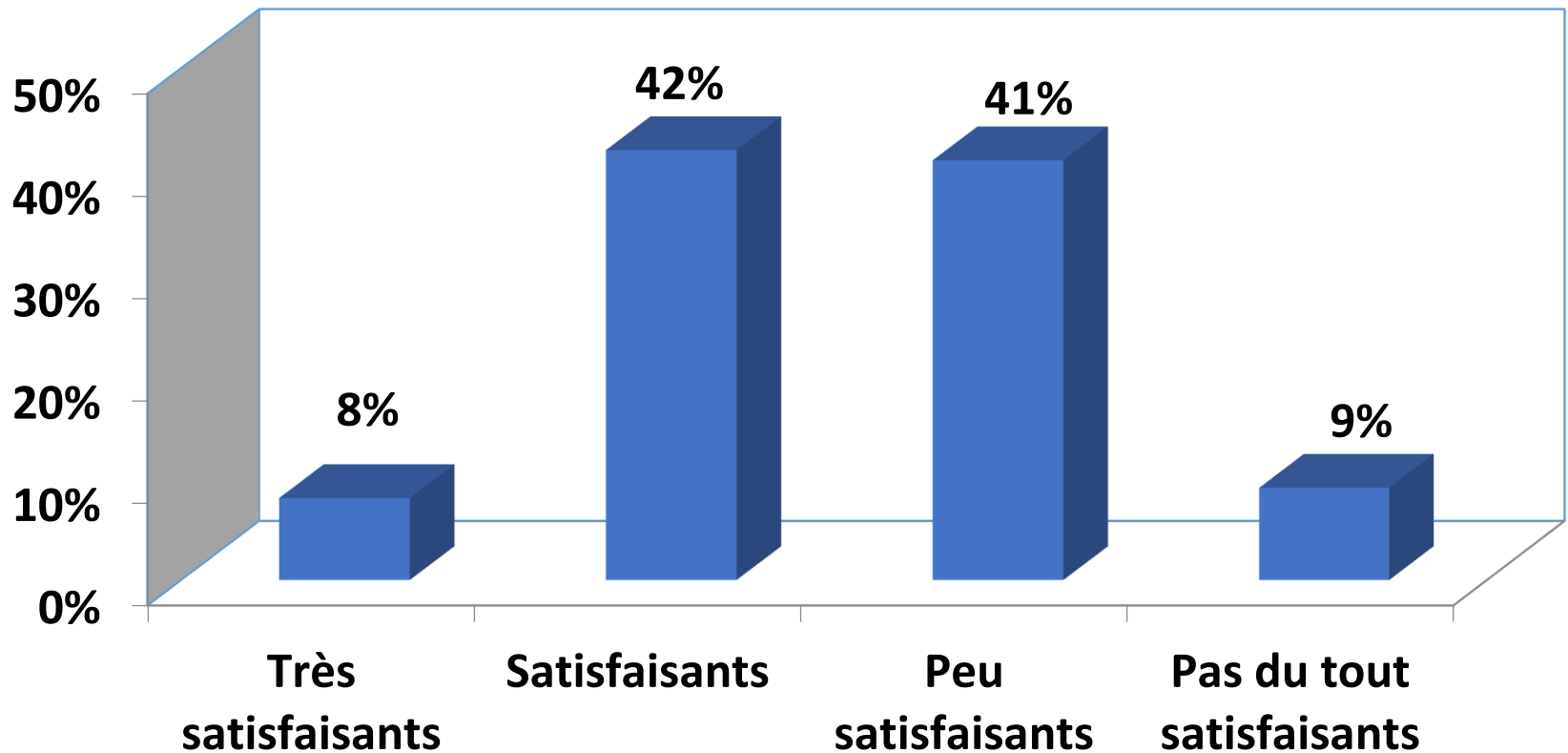
- **Objectifs futurs des entrepreneurs : entre la décision et la concrétisation.**
- **Absence d'accompagnement bancaire,**
- **Pression fiscale lourde,**
- **La nouvelle loi de l'investissement: Confuse et apport peu connu**
- **La nouvelle loi de l'investissement: Perception défavorable**

Principaux Résultats

Rôle de l'Etat et des institutions publiques : des synergies à créer et des déficiences à combler

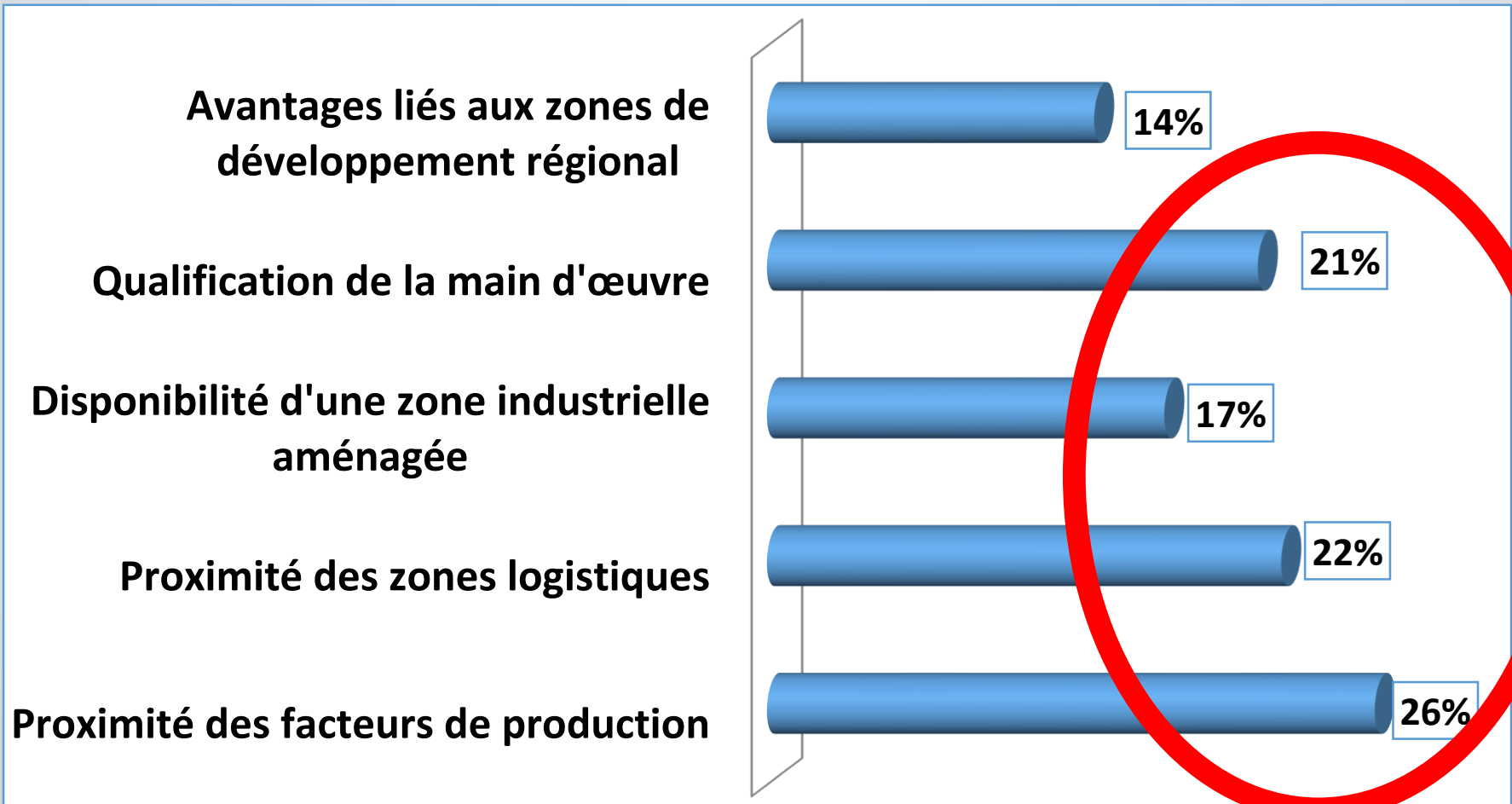


Les structures d'appui : Des services à moderniser et à développer



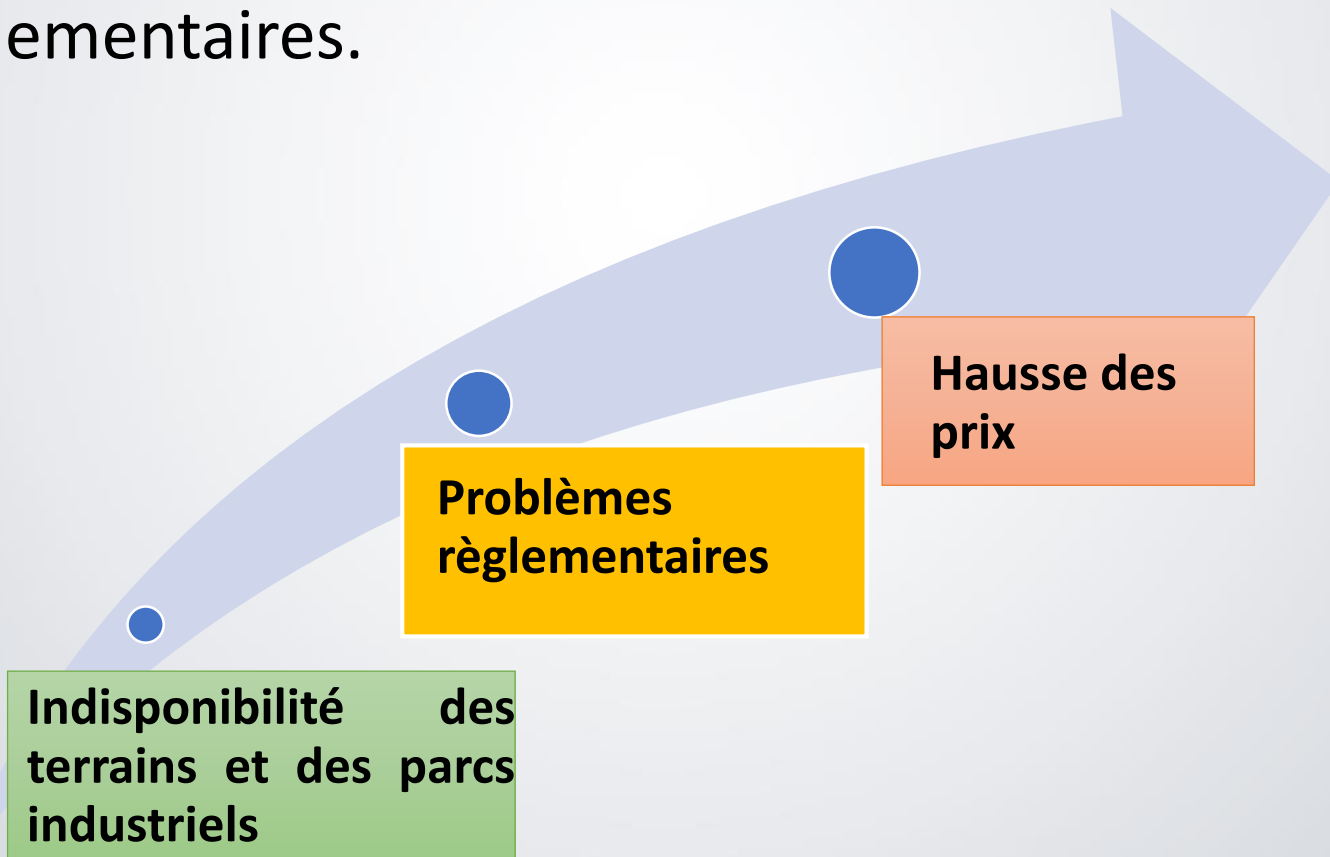
67% des entreprises de moins de 5 ans jugent que les services des structures d'appui sont peu ou pas satisfaisants.

Les avantages financiers et fiscaux ne sont pas déterminants

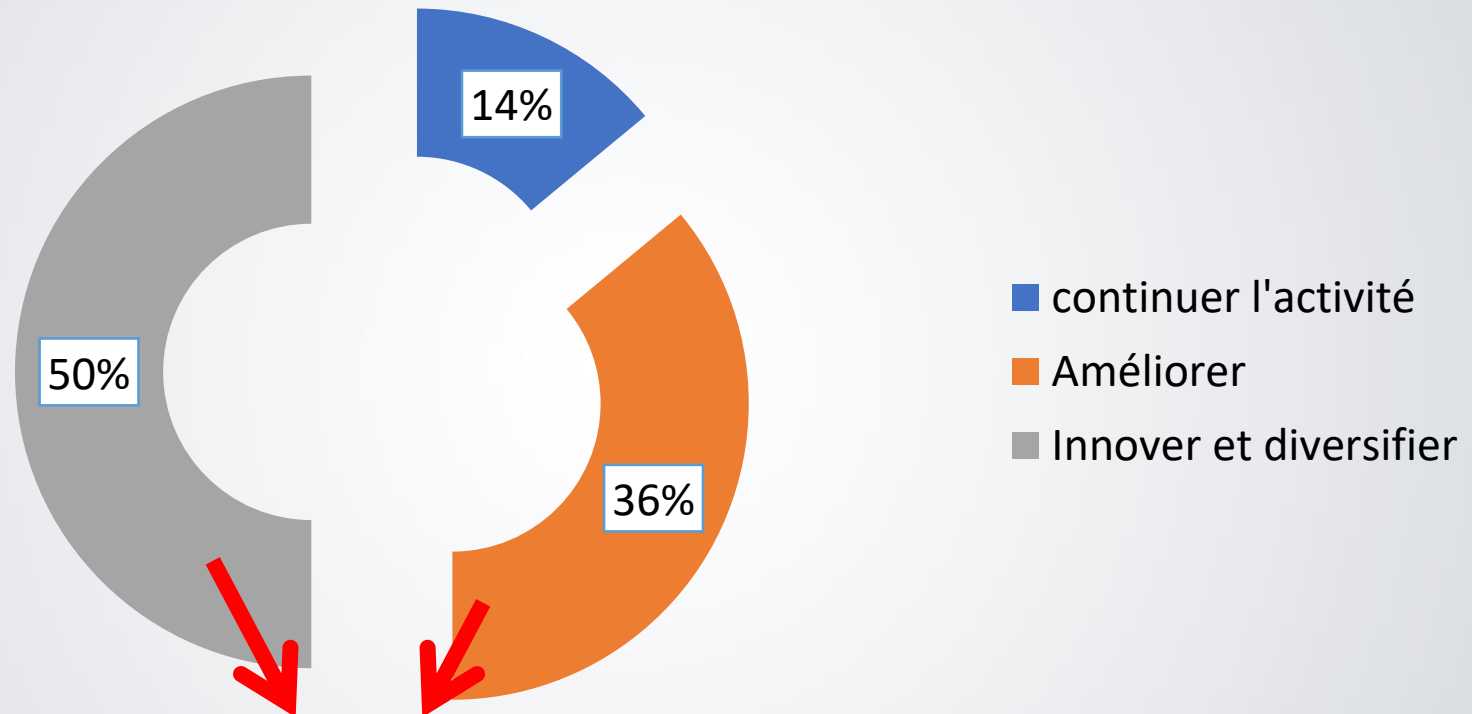


Une contrainte foncière majeure: La hausse des prix

- A **72%** les problèmes les plus retardant sont liés à la hausse des prix et aux problèmes réglementaires.

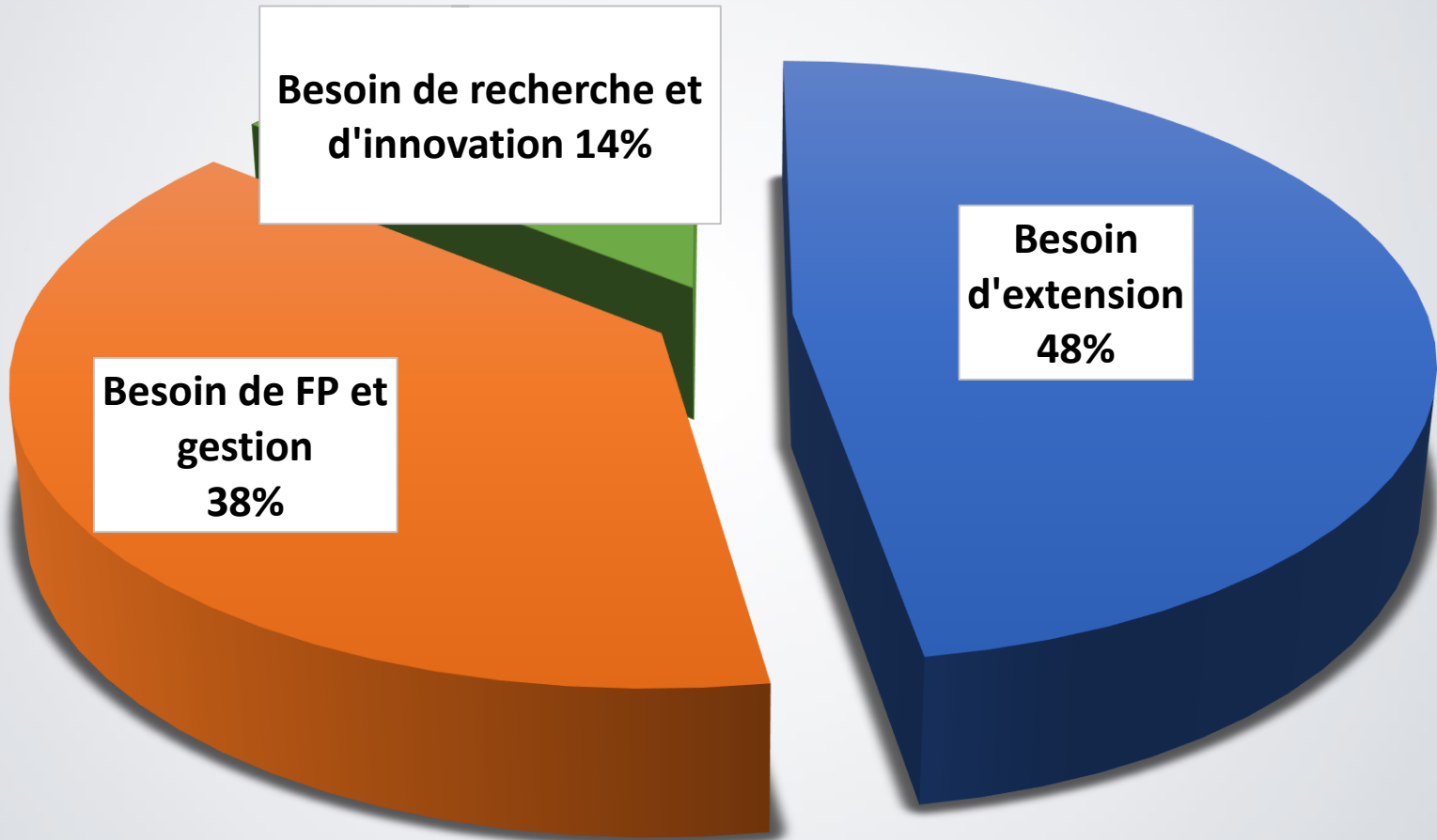


Objectifs futurs des entrepreneurs : entre la décision et la concrétisation.

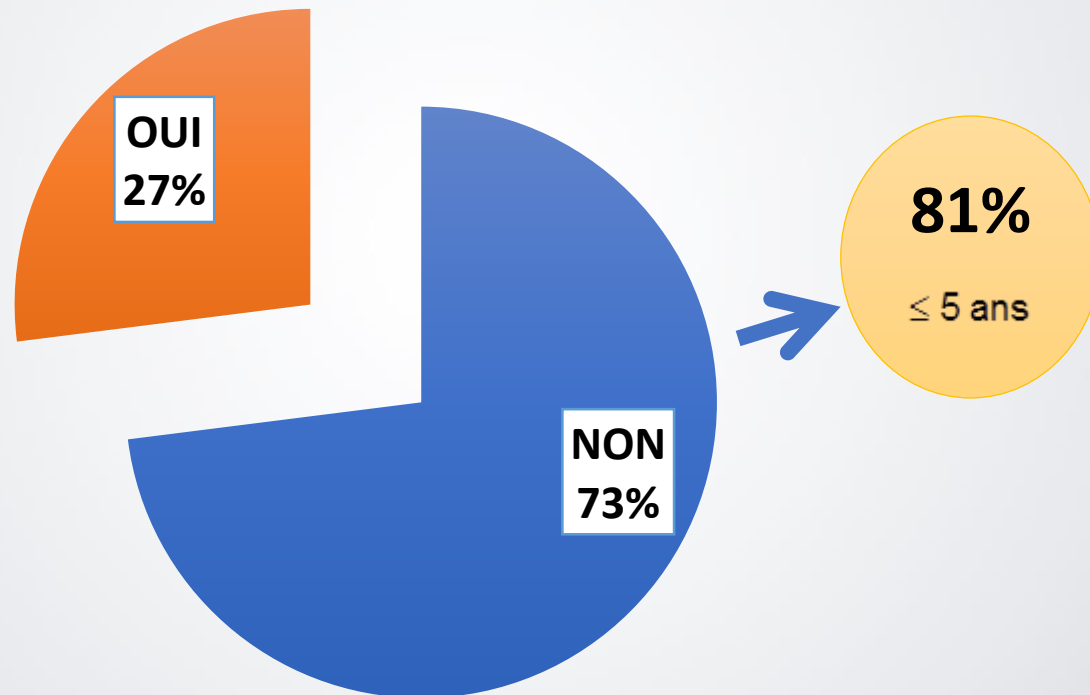


- **86%** des entreprises enquêtées ont d'éventuels futurs projets d'amélioration et d'innovation à long terme.
- C'est l'objectif futur de **97%** des entreprises de moins de 5 ans enquêtées.

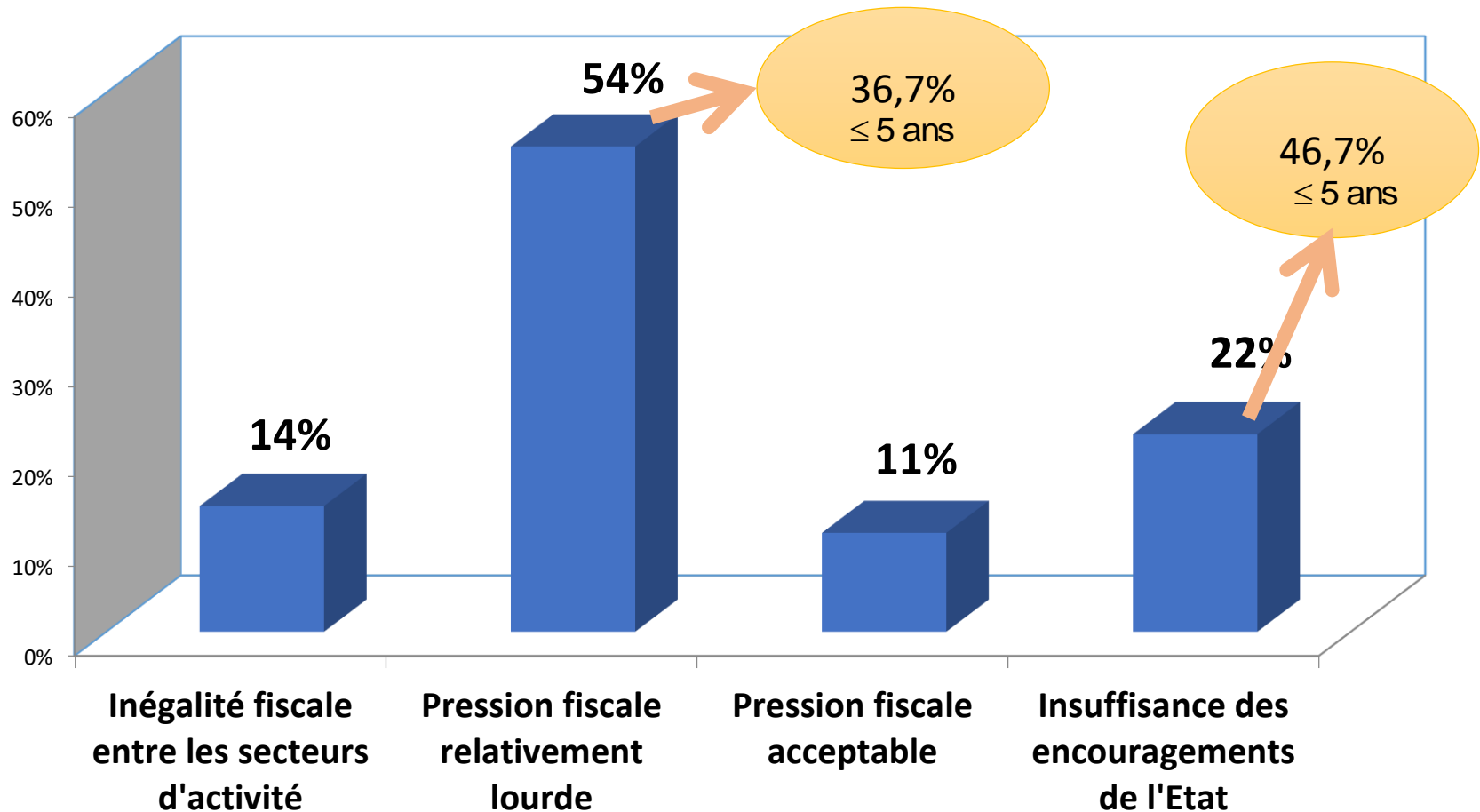
Besoins de financement



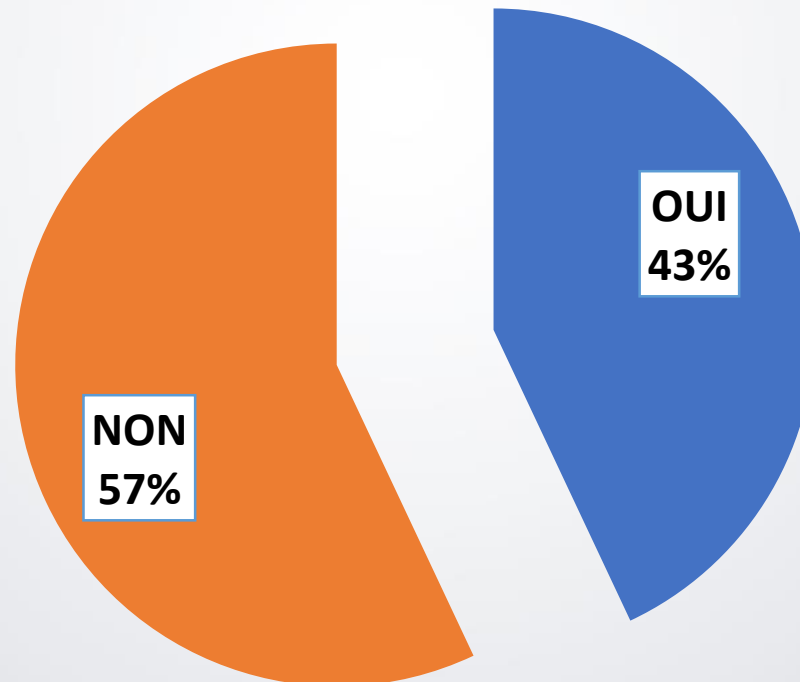
Absence d'accompagnement bancaire



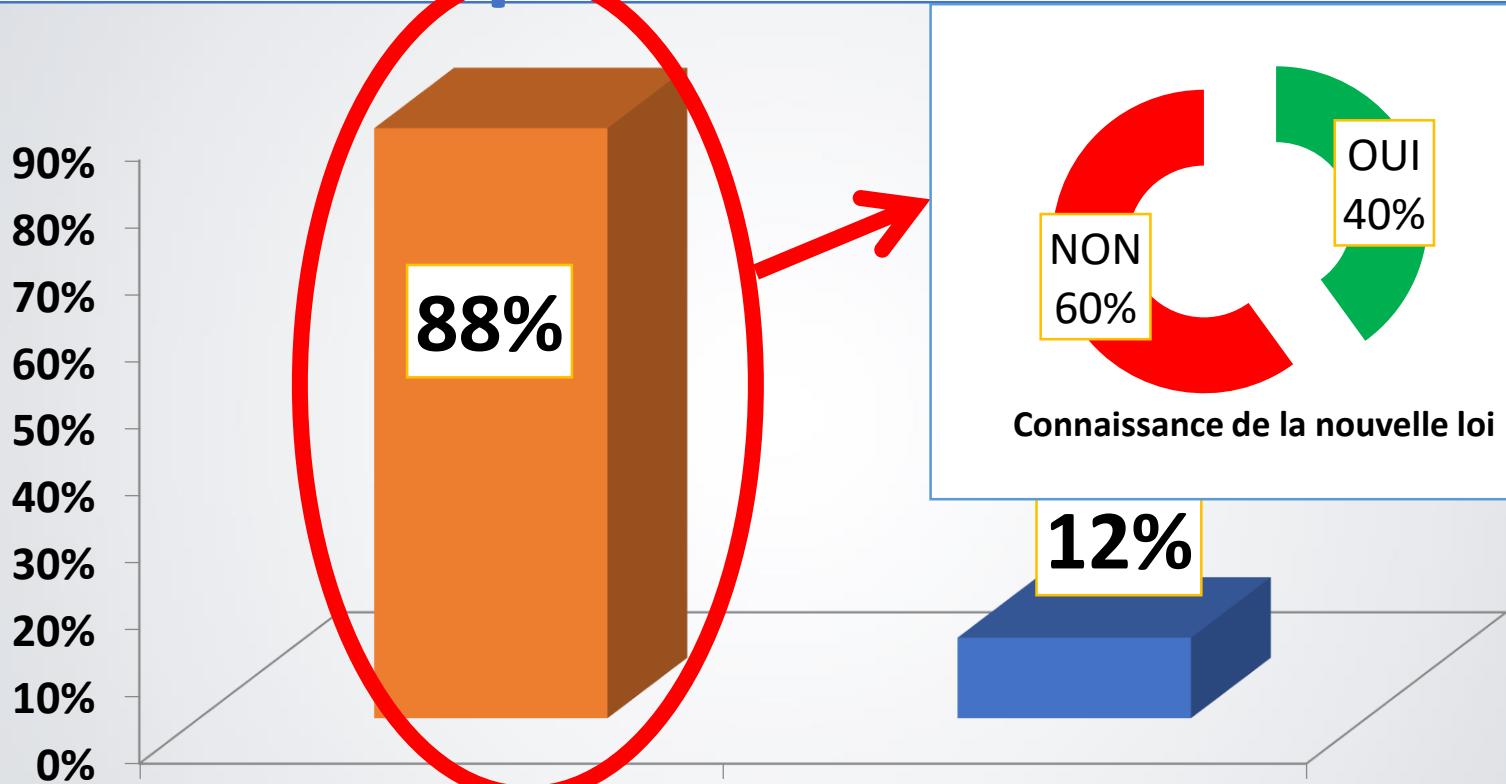
Pression fiscale lourde



La nouvelle loi de l'investissement: Confuse et apport peu connu



La nouvelle loi de l'investissement: Perception défavorable



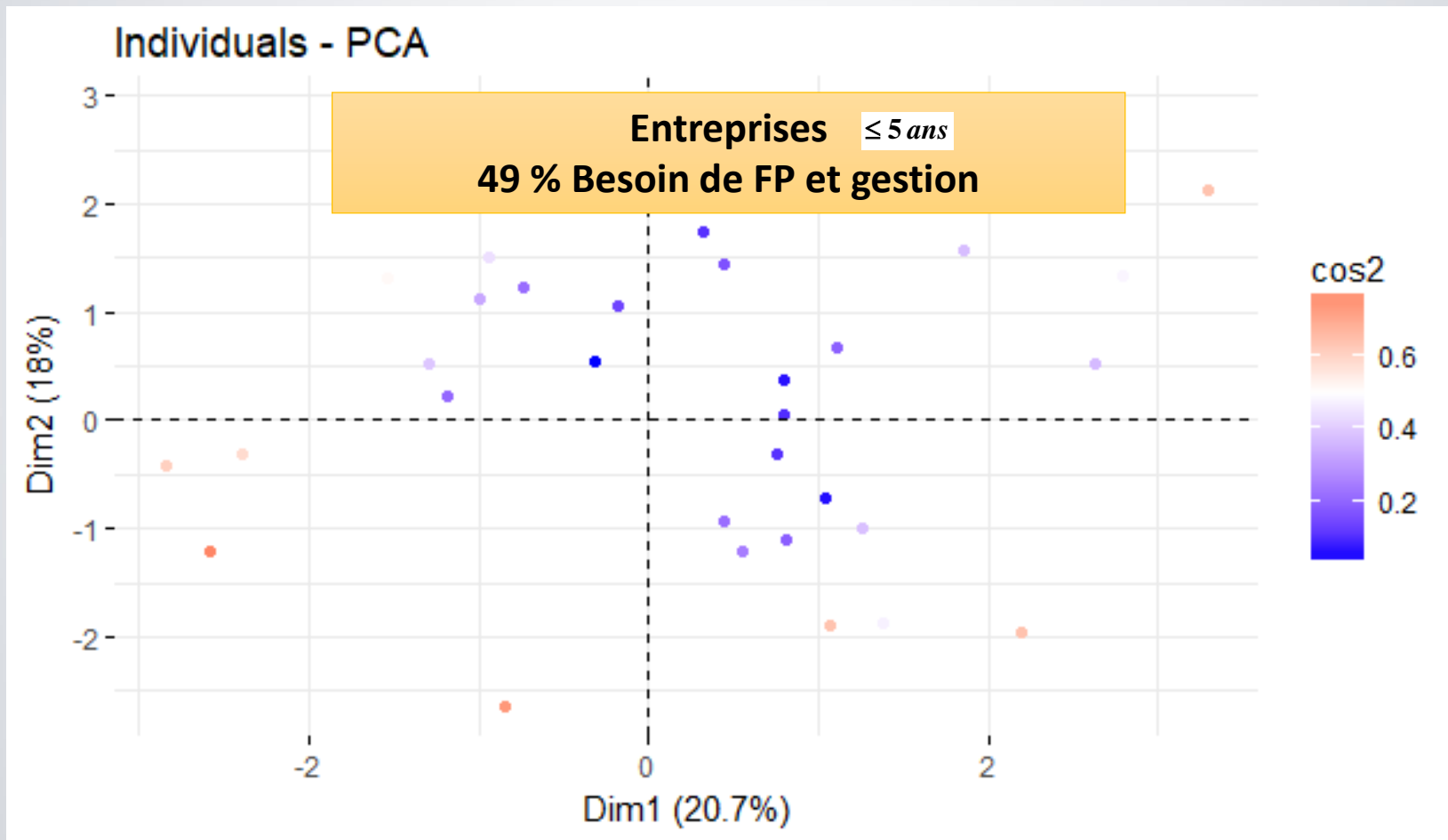
Pas de changement

Amélioration

93.3%
≤ 5 ans

MERCI

Pour les entreprises de moins de 5 ans



Pour les entreprises ≤ 5 ans



Méthodologie de l'enquête

- Echantillonnage stratifié
- N=367 avec marge d'erreur de 5%,
- L'enquête est construite autour de quatre volets,
- Ces quatre volets sont composés de 21 questions qualitatives **enchaînées et complémentaires**,

Indicateur du Climat des Affaires : ICA

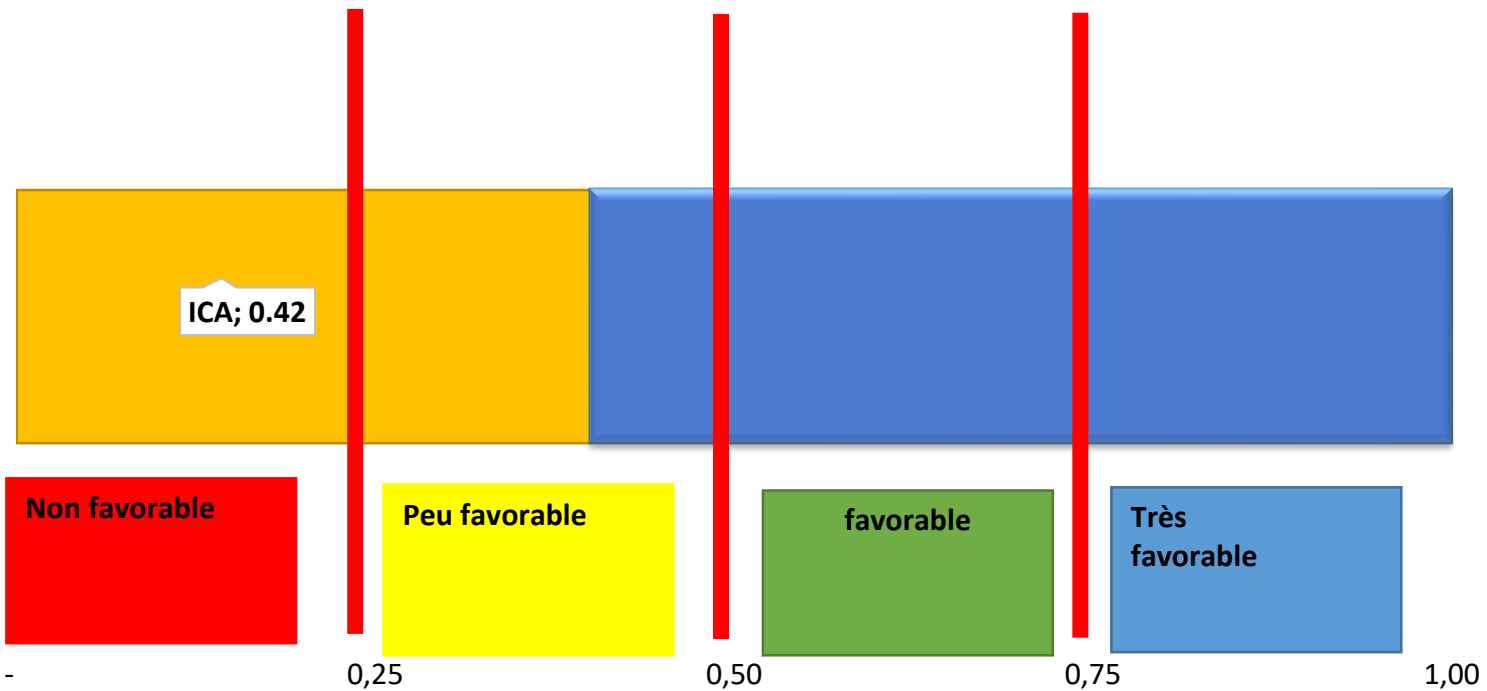
$$ICA = \frac{a(Q7(1+2)) + b(Q9(1+2)) + c(Q11(1)) + d(Q12(3+4+5)) + e(Q19(1))}{N}$$

Cet indicateur permet une estimation du climat des affaires et de la conjoncture économique potentielle à court et moyen terme.

Climat des affaires pas très favorable

$0.25 < ICA = 0.42 < 0.5$

Indice du Climat des Affaires: ICA



Taille d'échantillon

Taille de la population:

5500

Combien de personnes y a-t-il dans le groupe qui représente votre échantillon? (La taille d'échantillon ne change pas beaucoup pour des populations de plus de 20.000.)

La marge d'erreur:

5%

C'est le nombre positif ou négatif qui est généralement affiché dans des résultats des sondages d'opinion de journaux ou de télévision. Par exemple, si vous utilisez une marge d'erreur de 4% et 47% de votre échantillon donne une certaine réponse, vous pouvez en être "sur" que si vous auriez posé cette question à la population entière, entre 43% (47-4) et 51% (47+4) auraient donné la même réponse (un intervalle d'erreur moins grand demande une taille d'échantillon plus grande).

Niveau de confiance:

95%

Le niveau de confiance reflète le degré de certitude de la marge d'erreur. Il est exprimé en pour-cent et interprète combien de fois le vrai pourcentage de la population qui choisirait une réponse, est au-dedans de la marge d'erreur; en d'autres mots dans quelle mesure faites-vous confiance à la correction des réponses qu'ont données les répondants (un niveau de confiance plus haut demande une taille d'échantillon plus grande).

Taille d'échantillon requise :

360

Nombre de répondants nécessaires

Taux de réponse estimé:

80%

Quel pourcentage de 'personnes qui ont été demandé de participer à l'enquête' le feront effectivement. Le taux de réponse dépend de nombreux facteurs, tels que la méthode de distribution (e-mail, papier, téléphone, ...), le type de communication (B2B, B2C,...), la qualité de l'invitation, des rémunérations ou pas, etc.

Nombre d'invitations requises:

450

C'est le nombre d'individus de la population que vous devez inviter à participer, pour atteindre la taille d'échantillon nécessaire à base du taux de réponse prévu.

La marge d'erreur

Taille de la population:

5500

Combien de personnes y a-t-il dans le groupe qui représente votre échantillon? (La taille d'échantillon ne change pas beaucoup pour des populations de plus de 20.000.)

Nombre de répondants:

367

Le nombre réel de répondants qui ont répondu à l'enquête.

Niveau de confiance:

95%

Le niveau de confiance reflète le degré de certitude de la marge d'erreur. Il est exprimé en pour-cent et interprète combien de fois le vrai pourcentage de la population qui choisirait une réponse, est au-dedans de la marge d'erreur; en d'autres mots dans quelle mesure faites-vous confiance à la correction des réponses qu'ont données les répondants (un niveau de confiance plus haut demande une taille d'échantillon plus grande).

La marge d'erreur:

4.95%

Échantillonnage probabiliste

Méthode d'échantillonnage où chaque membre de la population a une chance d'être sélectionné. On le nomme aussi « échantillonnage aléatoire » en raison de la manière aléatoire dont les personnes sont choisies afin de garantir une représentation sans biais de l'ensemble de la population.

Échantillonnage stratifié

Procédé d'échantillonnage où la population se répartit en sous-groupes homogènes ou en strates et où le tirage d'échantillons est indépendant dans chaque strate.

Principe :

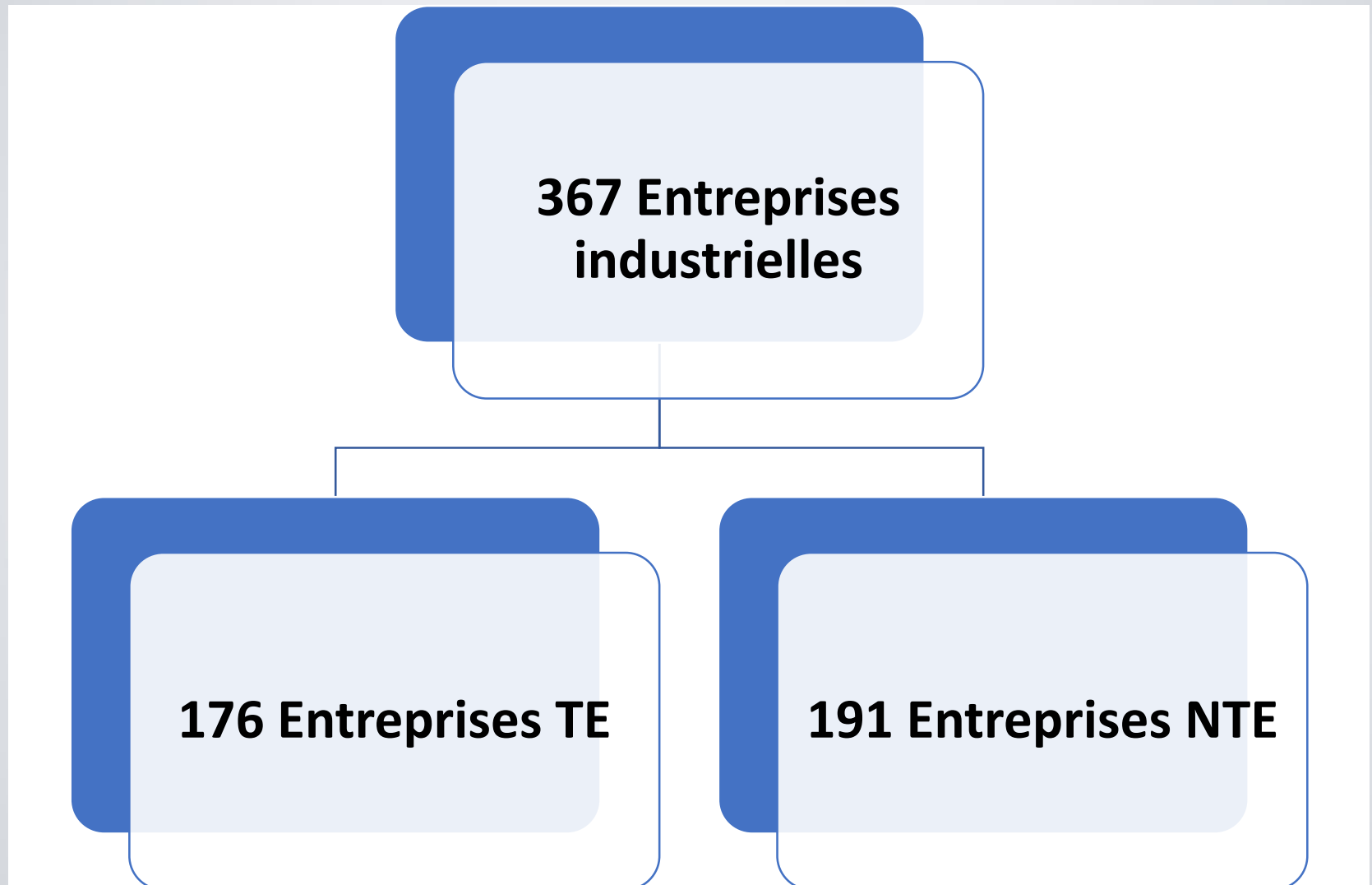
La base de sondage est divisée en groupes homogènes (strates) selon un critère lié à la variable à estimer (dans notre travail: tranche d'emploi, secteur, région). Puis un tirage au sort est réalisé dans chaque strate. En pratique, on répartit d'abord les individus en sous-groupes homogènes pour le caractère étudié (strates) puis on tire au sort à l'intérieur de chacune de ces strates. L'estimateur pour l'ensemble de l'échantillon est calculé à partir des estimateurs obtenus dans chaque strate.

Intérêt :

La stratification vise à réduire la variance des estimateurs, en améliorant la répartition de l'échantillon entre les différentes strates.

Avantage :

Le sondage stratifié permet d'être certain d'avoir des individus dans chaque strate. Le gain de précision dû à la stratification est d'autant plus grand qu'il existe une liaison plus forte entre le critère de stratification et la variable étudiée.



Pression fiscale lourde: vision sectorielle

