

Résultats de l'enquête FNTR sur les conséquences de la crise

Contexte de l'enquête

A la veille de son 64^{ème} Congrès, la FNTR a lancé une large consultation auprès des entreprises de transport afin de mieux cerner les conséquences de la crise sur le secteur du TRM. Cette enquête a notamment pour objectif de faire un bilan d'une année de crise, de mesurer l'impact sur le fonctionnement et l'organisation même de l'entreprise ainsi que de replacer l'entreprise dans la perspective d'une éventuelle reprise.

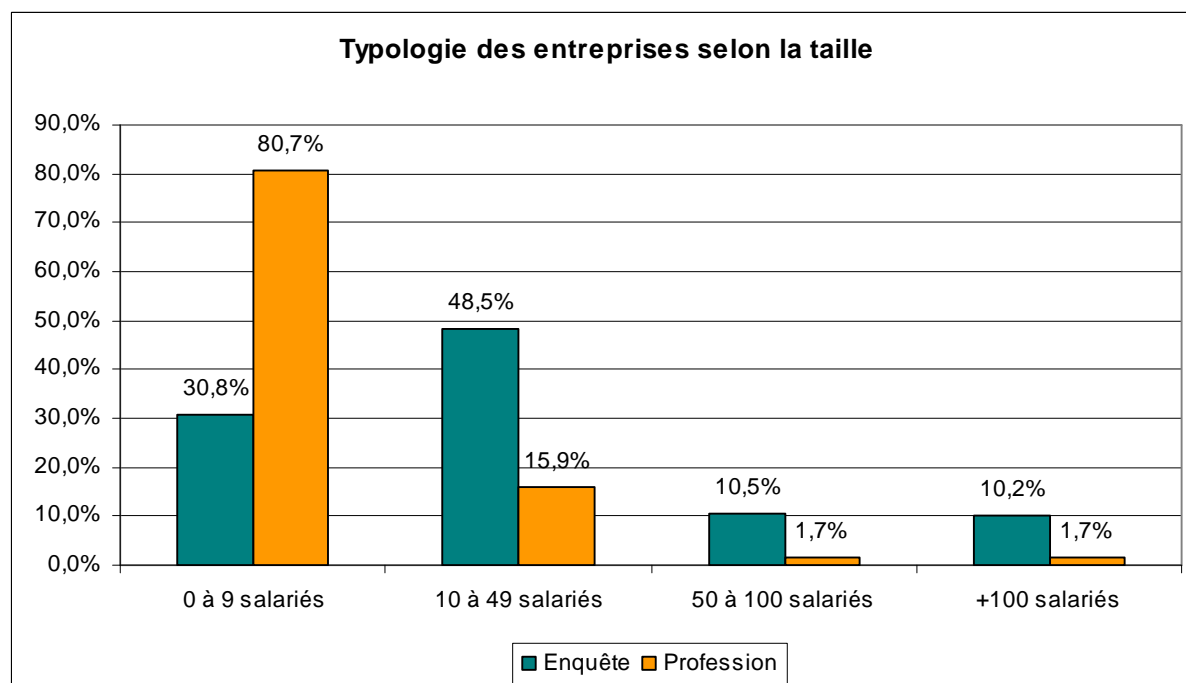
L'enquête a été réalisée sur la période du 7 au 21 octobre 2009.

Entreprises

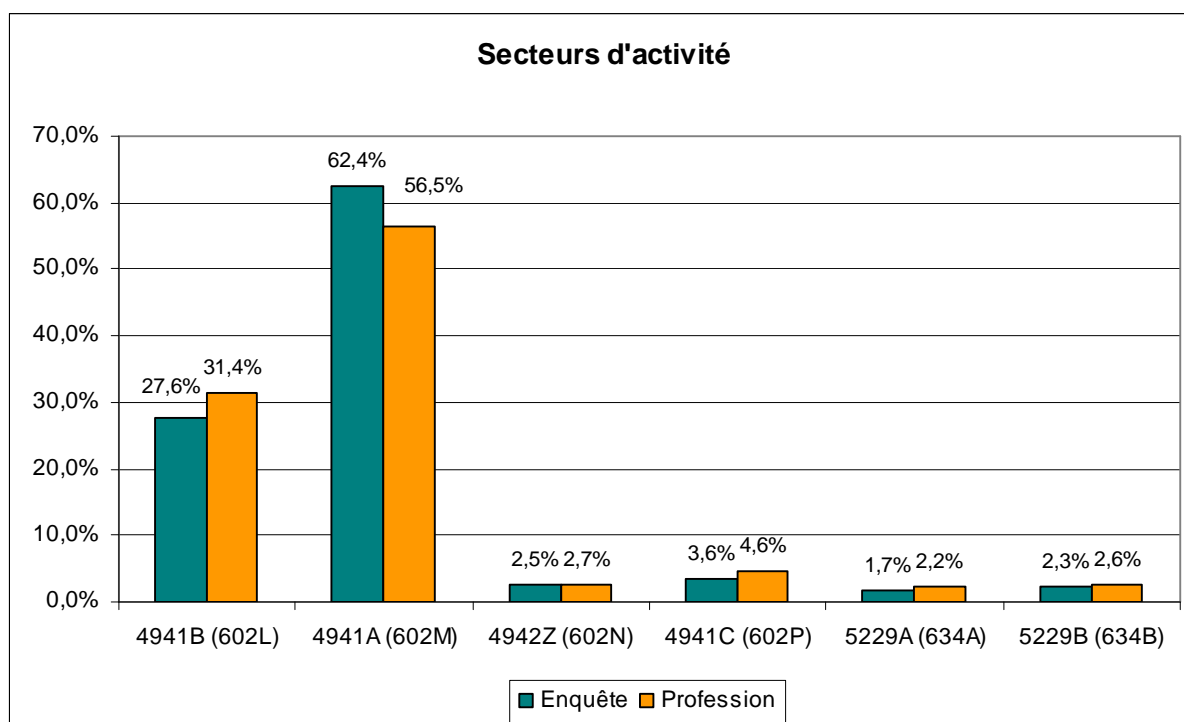
Panel des entreprises

Les résultats de l'enquête portent sur un panel de 946 entreprises.

Typologie des entreprises



Secteurs d'activité



4941B (602L) – Transport routier de fret de proximité

4941A (602M) – Transport routier de marchandises interurbaines

4942Z (602N) – Déménagement

4941C (602P) – Location de véhicule avec conducteur

5229A (634A) – Messagerie, fret express

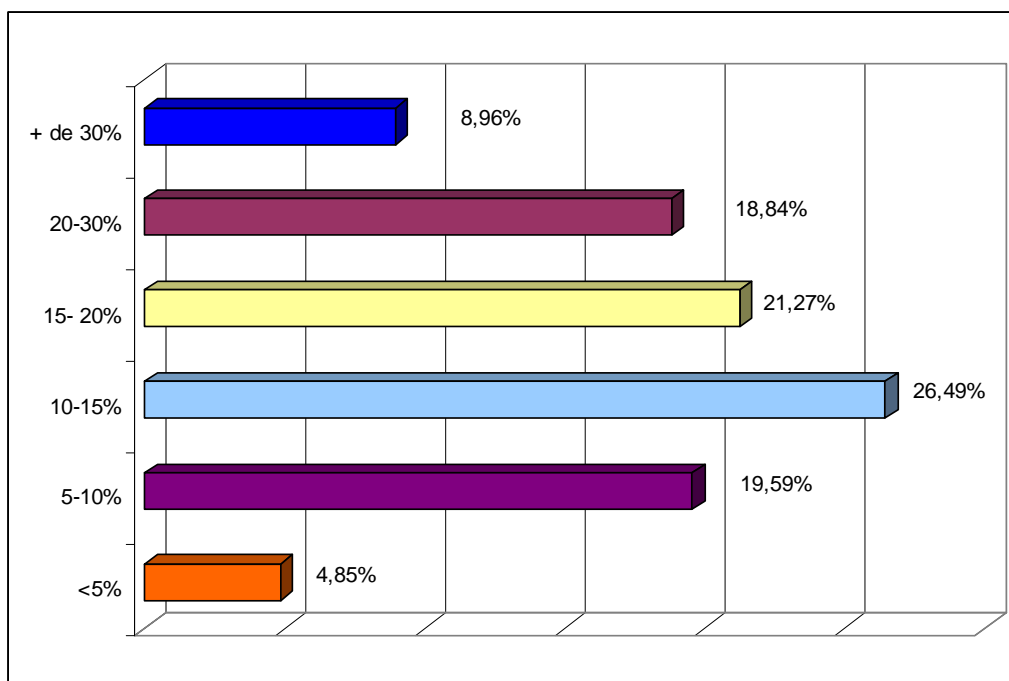
5229B (634B) – Affrètement

Bilan d'une année de crise (octobre 2008 à octobre 2009)

Evolution du volume d'activité

83% des entreprises ayant répondu à l'enquête ont constaté une baisse de leur activité entre octobre 2008 et octobre 2009. Le niveau d'activité est resté constant pour 13,3%. Seule une minorité d'entreprises (3,7%) a vu son activité augmenter pendant cette année de crise grâce à des opportunités particulières.

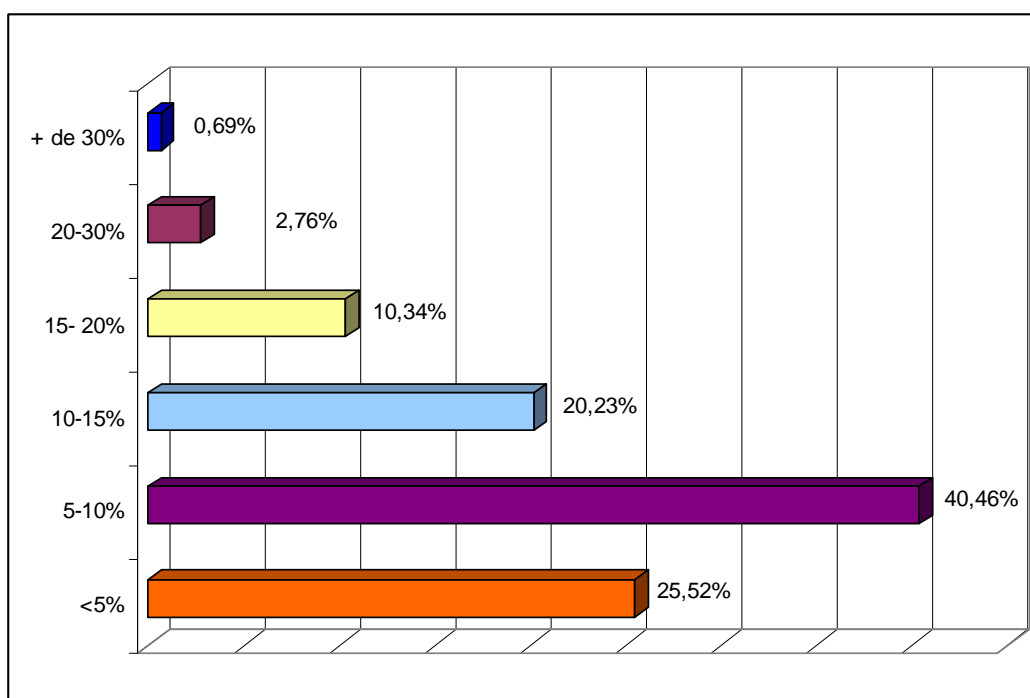
Parmi les entreprises qui ont rencontré une baisse d'activité, 47,8% la situent entre -10% et -20%, la plus grosse part (26,5%) entre -10% et -15% et 21,3% entre -15% et -20%. La baisse a été inférieure à -10% pour 24,4% d'entre elles. A l'autre extrémité, plus du quart des entreprises (27,8%) déplore une baisse supérieure à 20%, 8,9% au-delà de -30%.



Evolution des prix des prestations

Les prix de leurs prestations ont baissé pour plus des deux-tiers des entreprises ayant répondu à l'enquête (67,4%), entre octobre 2008 et octobre 2009. La part des entreprises pour lesquelles le niveau des prix a été maintenu n'est pas négligeable (31,4%). Les prix n'ont augmenté que pour 1,2% des répondants.

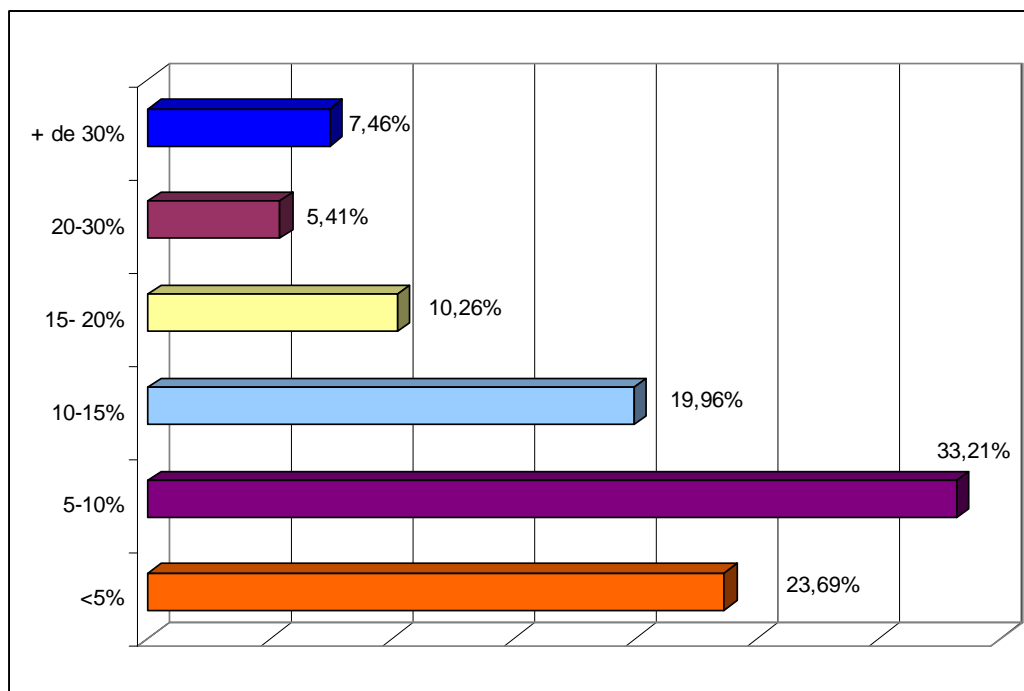
Parmi les entreprises qui ont connu une baisse des prix, une grande majorité (60,7%) l'estime entre -5% et -15% (40,5% entre -5% et -10%, et 20,2% entre -10% et -15%). Un quart des entreprises l'estime inférieure à -5%. La baisse des prix a été supérieure à -15% pour 13,8% d'entre elles.



Impact de la crise sur les marges

La grande majorité des entreprises ayant répondu à l'enquête (83%) soulignent que leurs marges ont baissé entre octobre 2008 et octobre 2009. La part des entreprises pour lesquelles le niveau des marges a été maintenu représente 16,5%. Un pourcentage insignifiant (0,5%) déclare une hausse des marges.

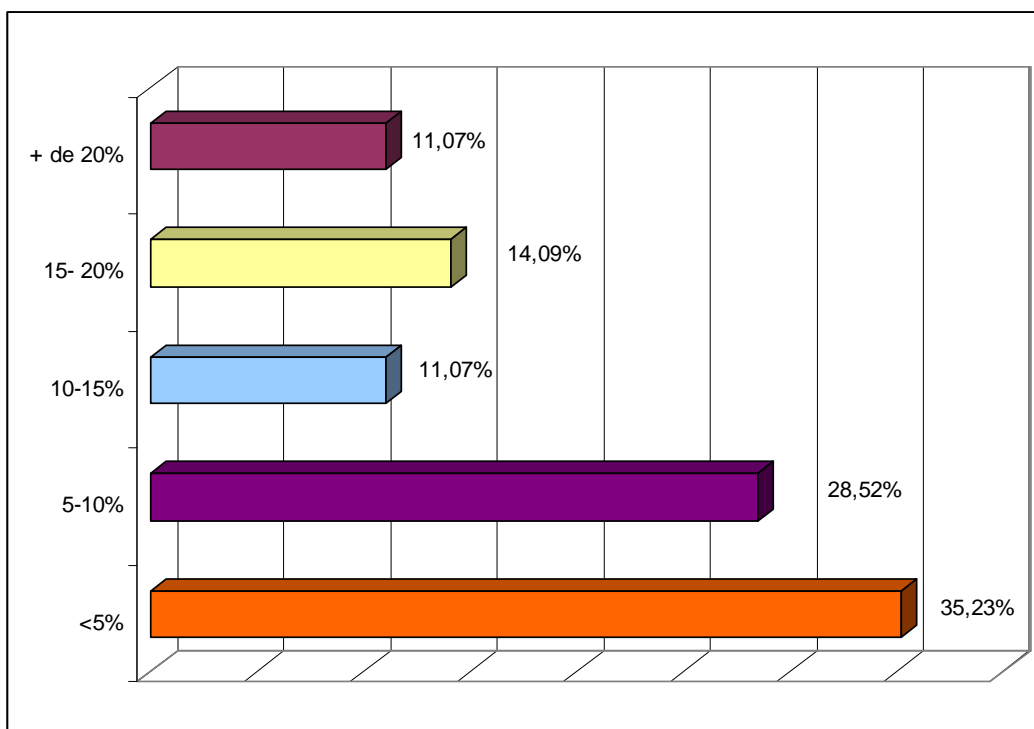
Pour un tiers des entreprises ayant subi une baisse des marges, celle-ci est entre -5% et -10%. Elle est inférieure à -5% pour 23,7% des entreprises, et de -10% à -15% pour 20% d'entre elles. La baisse est de -15% à -20% pour 10,3% des entreprises, et supérieure à -20% pour 12,9% des entreprises.



Réduction des effectifs

Plus de la moitié des entreprises ayant répondu à l'enquête (53,9%) ont privilégié le maintien de l'emploi et de leurs effectifs entre octobre 2008 et octobre 2009.

Parmi les 46,1% des entreprises qui ont réduit leurs effectifs, 35,2% des entreprises se sont séparées de moins de 5% de leurs salariés. 28,5% des entreprises se sont séparées de 5% à 10% de leurs effectifs. Il reste une forte proportion d'entreprises (36,2%) qui ont réduit leurs effectifs de 10% ou plus.

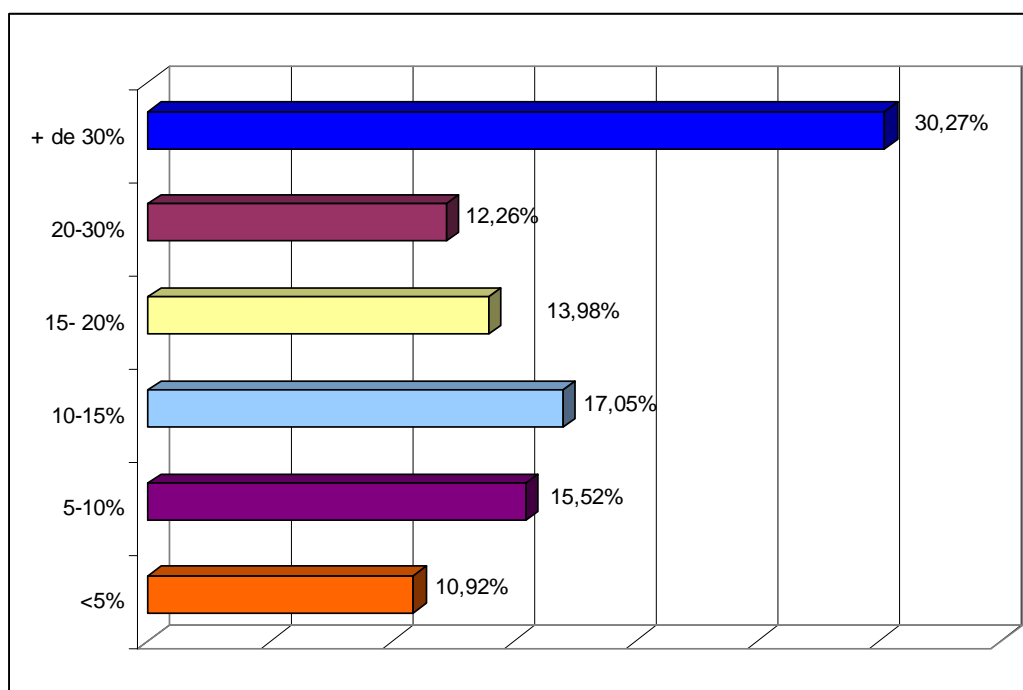


Réduction des investissements

La grande majorité des entreprises ayant répondu à l'enquête (80,8%) a été contrainte de réduire ses investissements entre octobre 2008 et octobre 2009.

Parmi ces entreprises, 10,9% ont décidé de réduire leurs investissements de moins de 5%. Un tiers a réduit ses investissements de 5% à 15%. 14% des entreprises ont décidé de réduire leurs investissements de 15% à 20%, et 12,3% les ont réduits de 20% à 30%.

Une partie non négligeable des entreprises (30,3%) a pris la décision de réduire de plus de 30% ses investissements en période de crise.



Impact de la crise sur l'entreprise

Impact de la crise sur les trafics

Près de la moitié des entreprises ayant répondu à l'enquête (48,3%) signalent que la crise a augmenté les difficultés avec les retours. Le tiers des entreprises (33,9%) constate le changement des distances parcourues. 17,8% des entreprises ont vu une augmentation du trafic en moyenne distance au détriment de la longue distance.

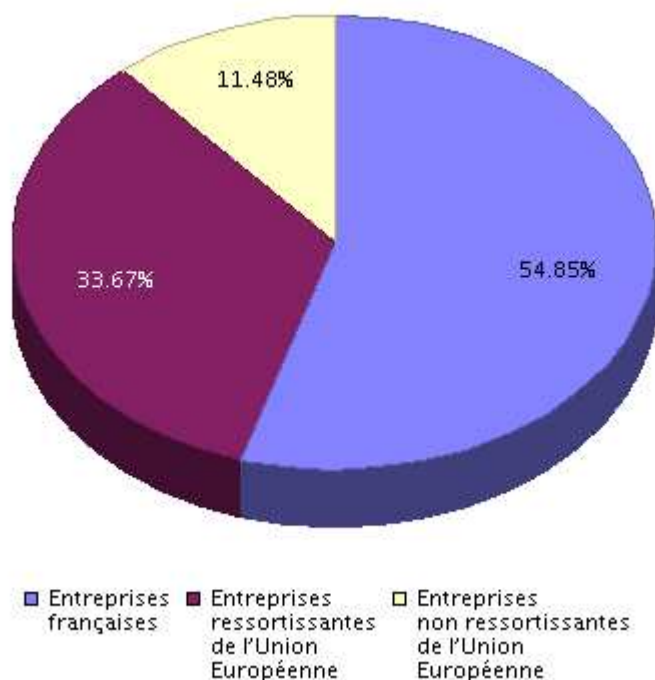
Impact de la crise sur le fonctionnement de l'entreprise

Plus des trois quarts des entreprises ayant répondu à l'enquête (78,8%) constatent que la crise a provoqué la réduction des volumes commandés par le client, tandis que 21,2% signalent un changement de leur clientèle.

Impact de la crise sur la concurrence

Pour une très large majorité des entreprises ayant répondu à l'enquête (91,6%), la concurrence a été renforcée par la crise. L'origine de cette concurrence provient dans la majorité des cas (54,8%) des entreprises françaises. Près d'un tiers des entreprises (33,7%) signalent l'importance de la concurrence par les transporteurs ressortissants de l'Union européenne, tandis que 11,5% des entreprises constatent que l'origine de cette concurrence vient plutôt du dehors de l'Union européenne.

Origine de la concurrence



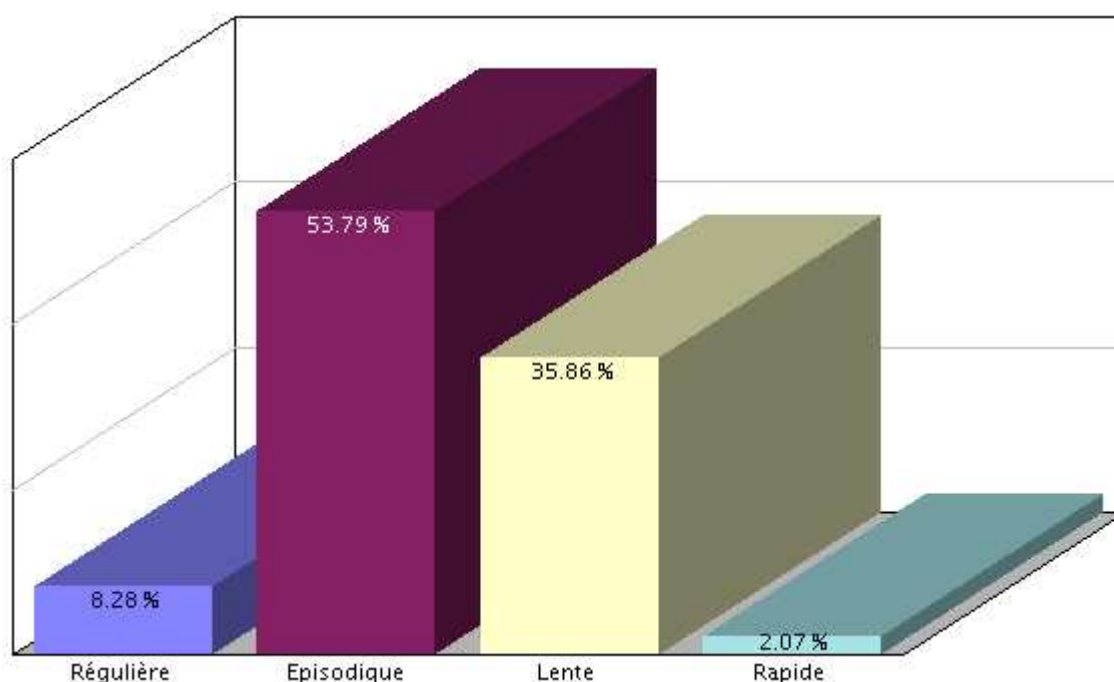
Perspectives de sortie de la crise pour l'entreprise

Effets de la reprise

Plus des trois quarts des entreprises ayant répondu à l'enquête (77,5%) n'ont pas encore ressenti les effets d'une reprise.

La part des entreprises qui constate une reprise n'est que de 22,5%. Parmi celle-ci, une large majorité (82,8%) a ressenti la reprise au 3^{ème} trimestre 2009 tandis que 17,2% ont commencé à ressentir les premiers signes de la reprise dès le 2^{ème} trimestre 2009.

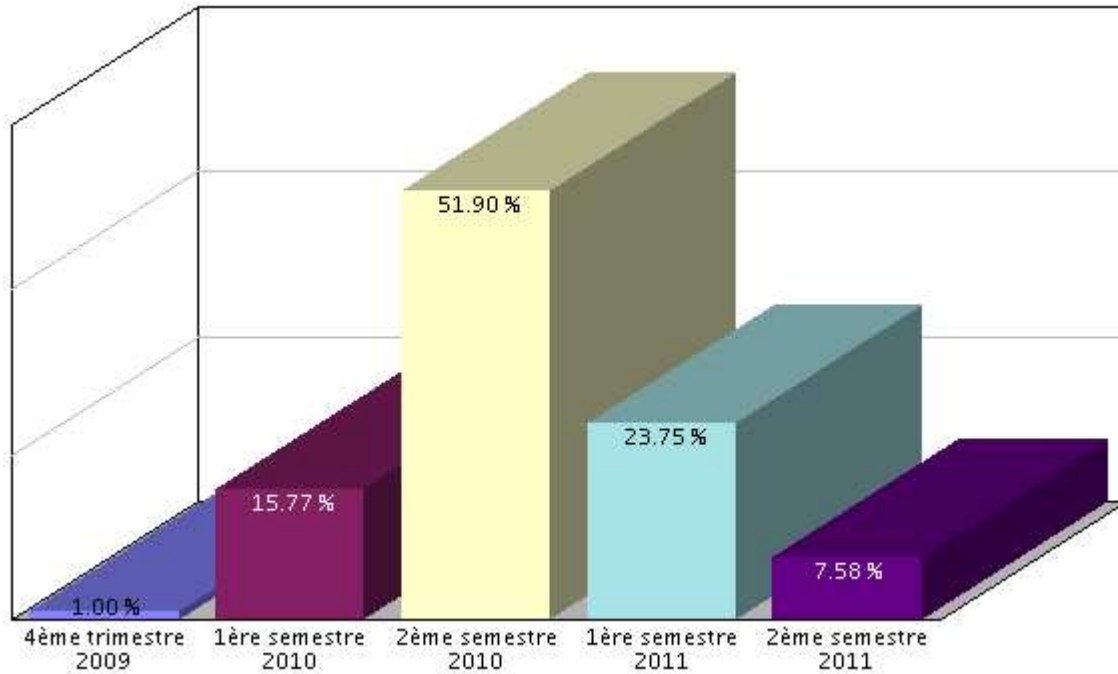
On voit se dessiner le profil d'une reprise peu vigoureuse à ce jour. Pour la petite minorité qui en a ressenti les effets, elle est le plus souvent « épisodique » (53,8%), c'est-à-dire hésitante, partielle, irrégulière, d'autant qu'elle est bien plus souvent lente (35,9%) que rapide (2,1%) reflétant une conjoncture encore loin d'être porteuse.



Sortie de la crise

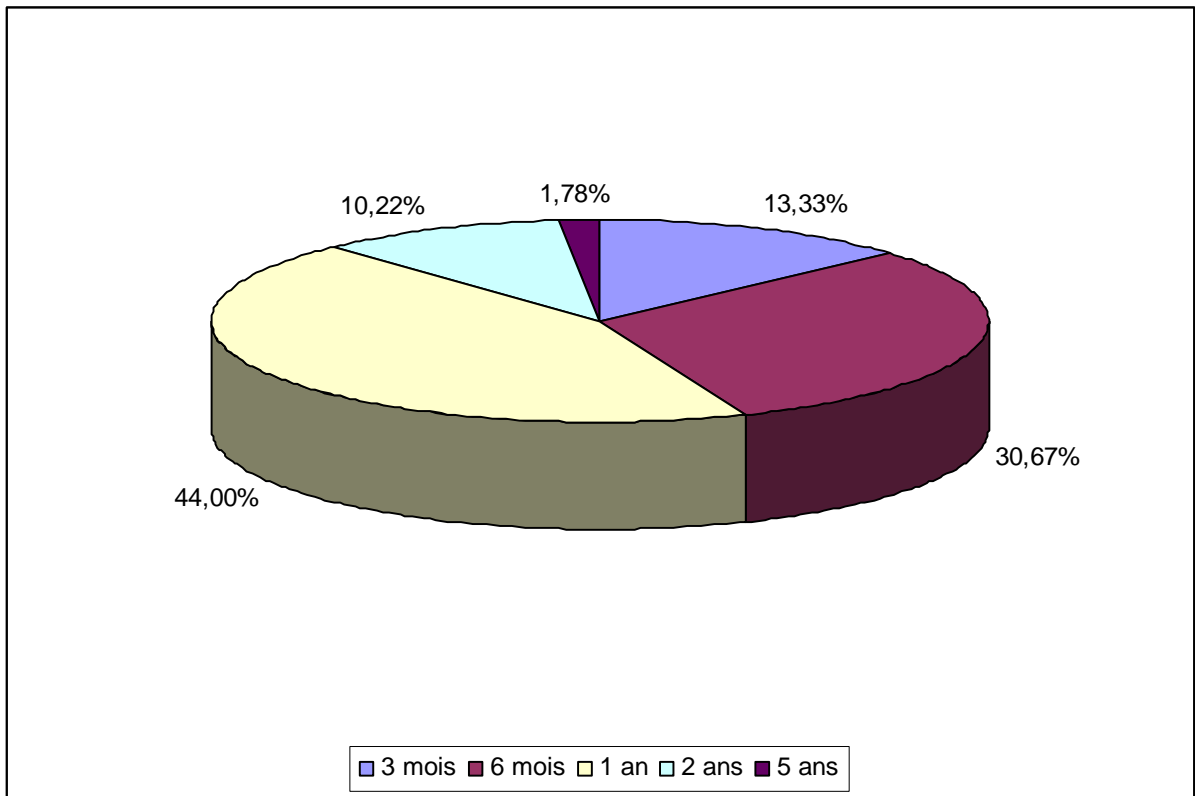
Parmi ceux qui n'ont pas encore ressenti les effets de la reprise, presque personne ne pense que les entreprises sortiront de la crise au 4^{ème} trimestre 2009. La majorité pense que la sortie de la crise se produira au 2^{ème} semestre 2010 (51,9%) ou au 1^{er} semestre 2011 (23,8%). La part des entreprises qui espère la sortie de la crise au 1^{er} semestre 2010 s'élève à 15,7%. Pour une minorité d'entreprises (7,6%), la sortie de la crise se fera attendre jusqu'au 2^{ème} semestre 2011.

Période de sortie de la crise



Niveaux tarifaires

Près de deux tiers des entreprises ayant répondu à l'enquête (65,2%) ne croient pas à la possibilité d'un raffermissement des prix. Parmi les 34,8% d'entreprises considérant que les prix peuvent se raffermir, la plupart indiquent des délais de 6 mois (30,7%) ou d'un an (44%). La minorité pense qu'une amélioration des niveaux tarifaires est possible soit dans un délai de 3 mois (13,3%), soit 2 ans (10,2%). Seulement 1,8% des entreprises pensent qu'il faudra 5 ans avant que les prix retrouvent leur niveau normal.



Stratégies pour sortir de la crise

Parmi les entreprises ayant répondu à l'enquête, près de deux tiers (65%) n'envisagent pas encore la sortie de crise dans leur stratégie. Parmi les 35% d'entreprises qui intègrent la sortie de crise dans leur stratégie, une majorité privilégie la conquête de nouveaux clients (35,7%) et la diversification et l'offre de nouveaux services (26,1%). Viennent ensuite les investissements (14,3%), puis le recours à la sous-traitance, la croissance externe par rachat ou fusion ou bien la croissance des effectifs, chacune de ces mesures étant envisagée par 8% des entreprises.

