



SAGE BUSINESS INDEX

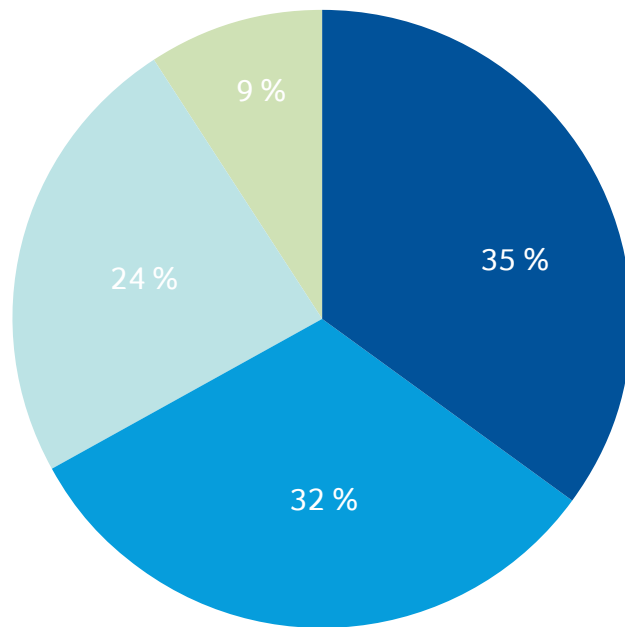
3^e édition - Avril 2012



Activité des entreprises

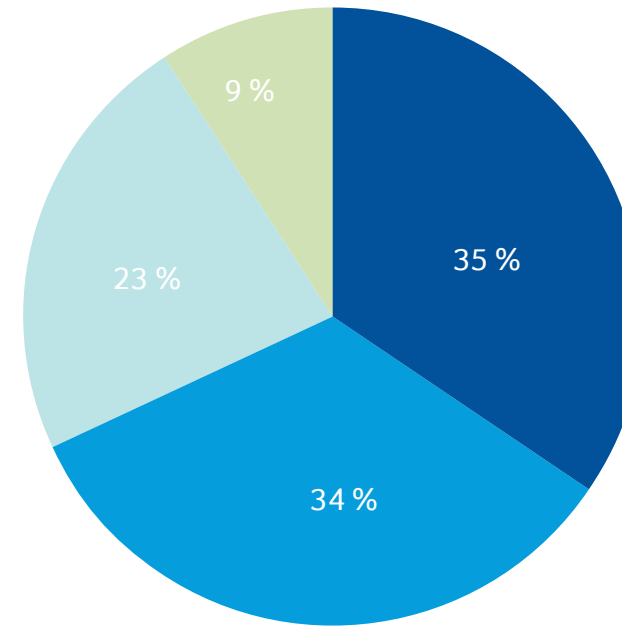
Chiffre d'affaires des six derniers mois

Mars 2012



- A augmenté
- Est resté stable
- A diminué
- Ne sait pas

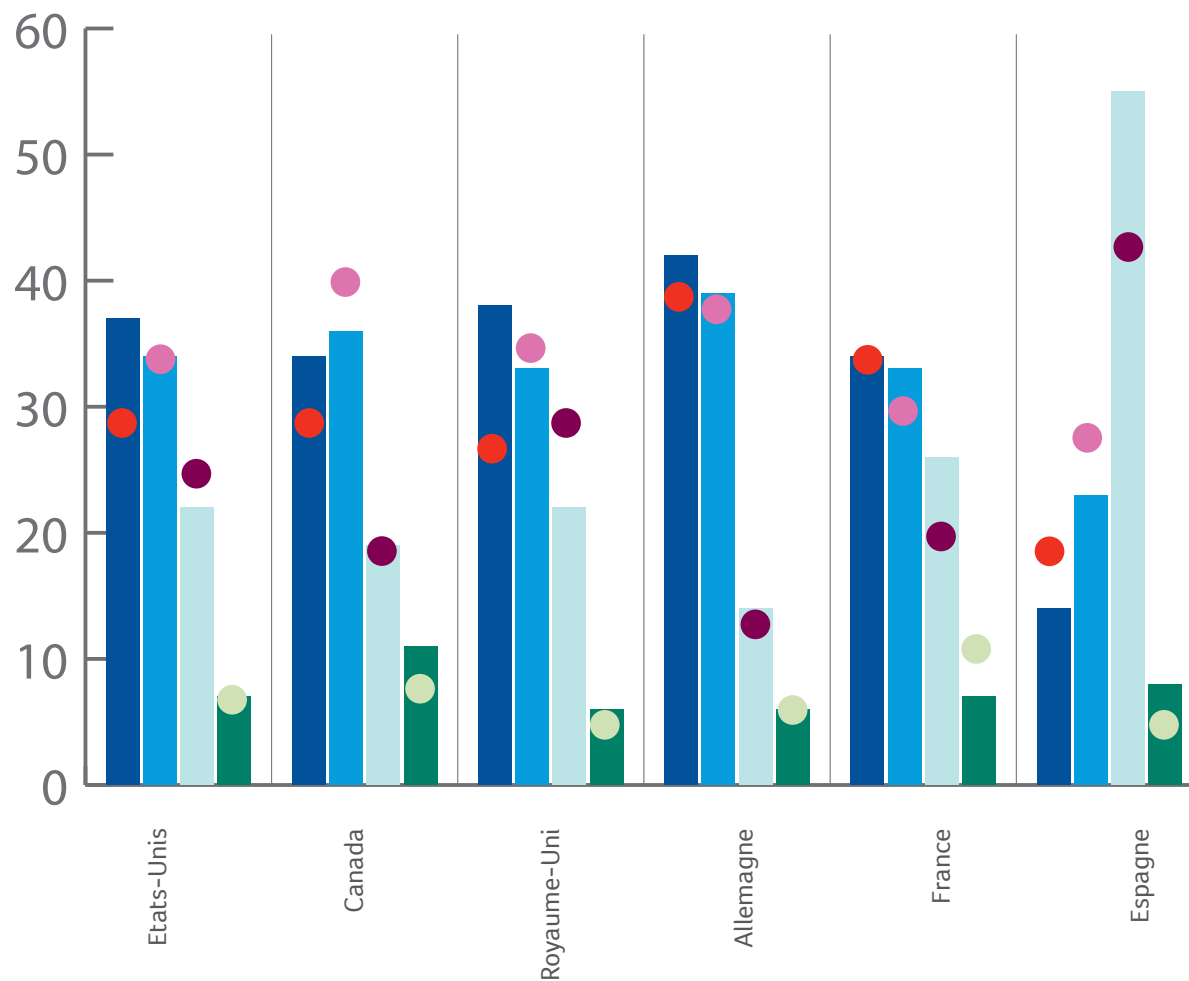
Septembre 2011



- A augmenté
- Est resté stable
- A diminué
- Ne sait pas

Activité des entreprises

Chiffre d'affaires des six derniers mois



Mars 2012

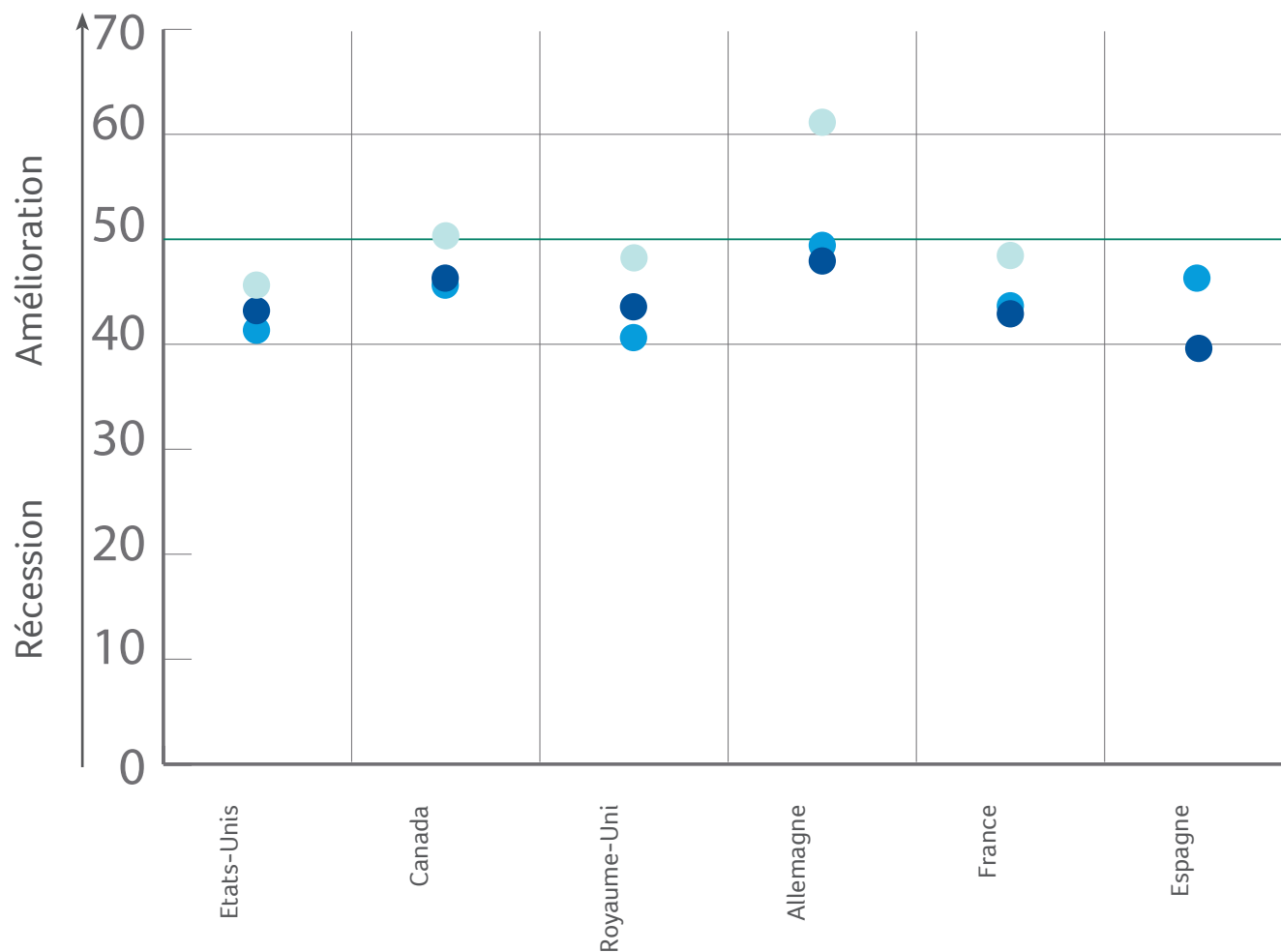
- A augmenté
- Est resté stable
- A diminué
- Ne sait pas

Septembre 2011

- A augmenté
- Est resté stable
- A diminué
- Ne sait pas

Confiance dans l'économie mondiale

Estimez-vous que l'économie mondiale connaît une amélioration ou une récession ?



■ Mars 2012

■ Sept 2011

■ Février 2011

■ Aucune différence

Score de confiance
dans l'économie mondiale

43.95

Mars 2012

44.47

Septembre 2011

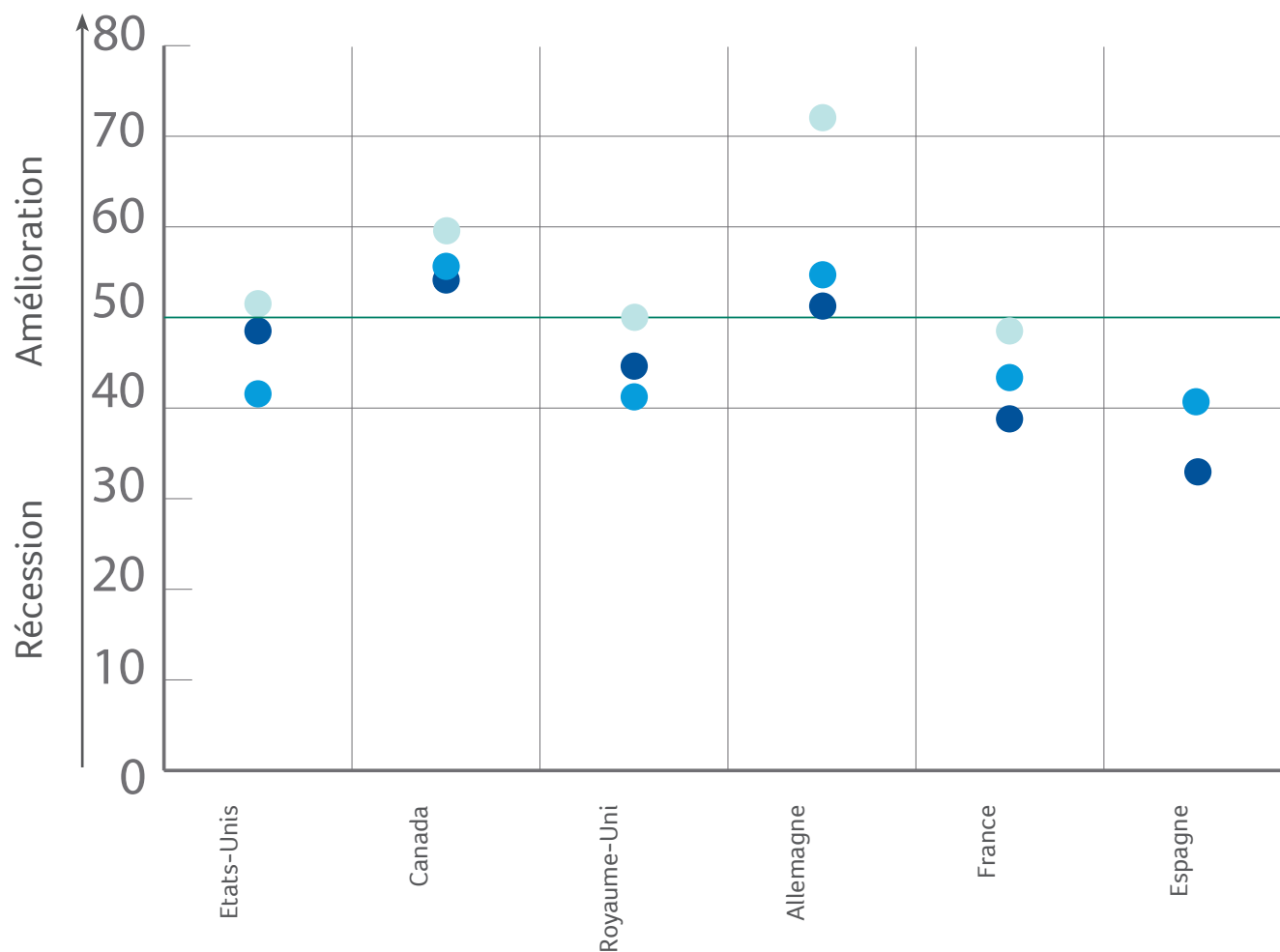
52.13*

Février 2011

* Les scores de l'Index ont été calculés à partir des données de février 2011. Dans cette étude, les réponses possibles et la pondération de leur score étaient :
"Elle connaît une reprise importante (100)",
"Elle connaît une légère reprise (75)",
"Il n'y a pas d'évolution (50)",
"Elle est en légère récession (25)",
"Elle est en forte récession (0)"

Confiance dans l'économie du pays

Estimez-vous que l'économie de votre pays connaît une amélioration ou une récession ?



- Mars 2012
- Sept 2011
- Février 2011
- Aucune différence

Score de confiance dans l'économie du pays

47.26

Mars 2012

47.11

Septembre 2011

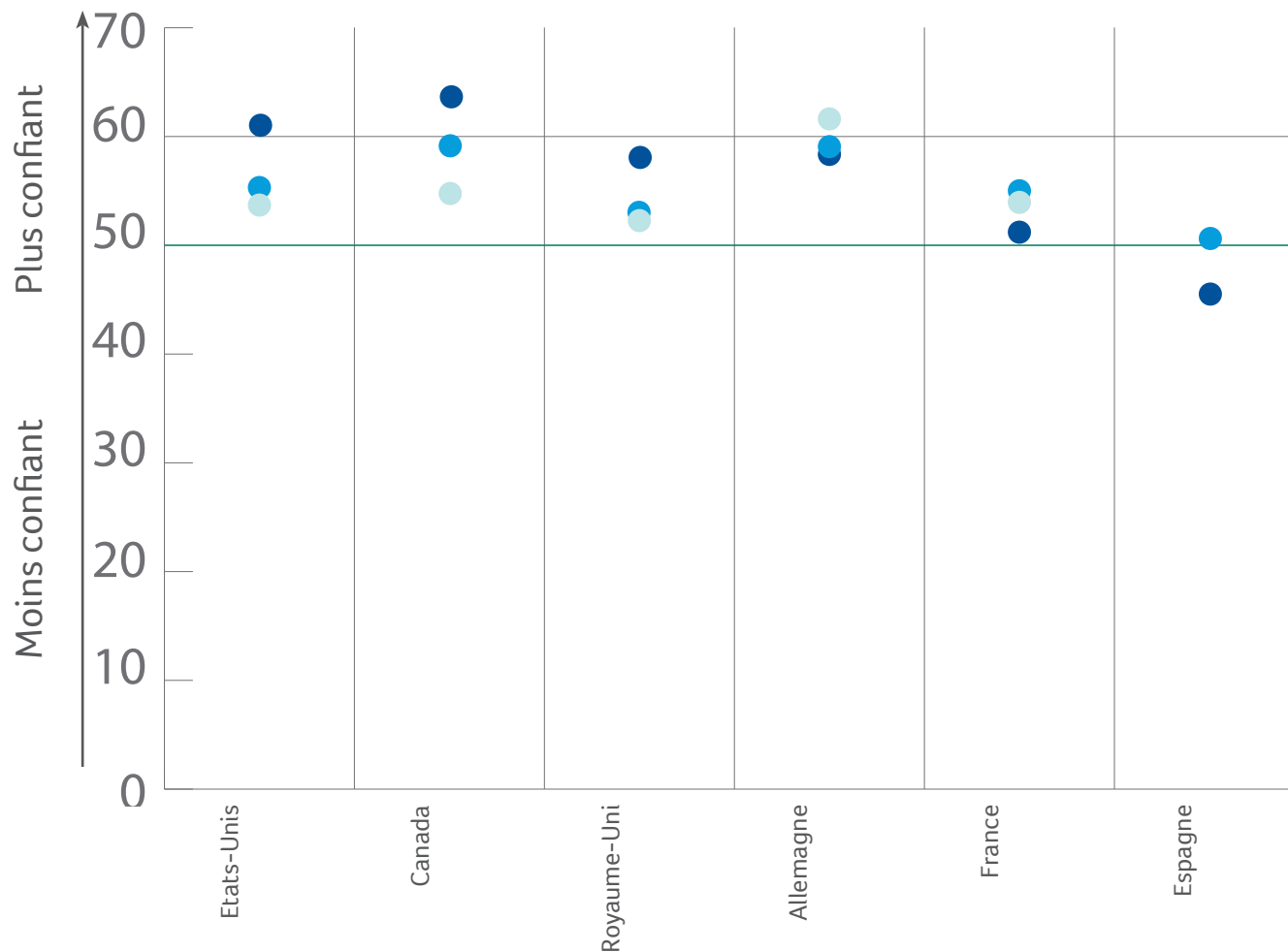
57.17*

Février 2011

* Les scores de l'Index ont été calculés à partir des données de février 2011. Dans cette étude, les réponses possibles et la pondération de leur score étaient:
 "Elle connaît une reprise importante (100)",
 "Elle connaît une légère reprise (75)",
 "Il n'y a pas d'évolution (50)",
 "Elle est en légère récession (25)",
 "Elle est en forte récession (0)"

Confiance dans les perspectives d'activités

Par rapport à il y a six mois, êtes-vous plus confiant ou moins confiant quant à vos perspectives d'activité pour les six prochains mois ?



- Mars 2012
- Sept 2011
- Février 2011
- Aucune différence

Score de confiance dans les perspectives d'activité

58.86

Mars 2012

57.88

Septembre 2011

56.48*

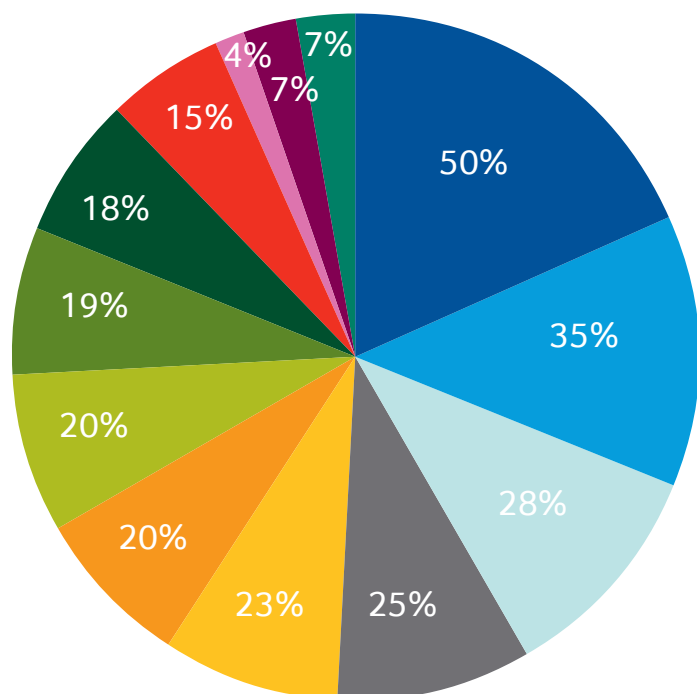
Février 2011

* Les scores de l'Index ont été calculés à partir des données de février 2011. Dans cette étude, les réponses possibles et la pondération de leur score étaient :
 "Elle connaît une reprise importante (100)",
 "Elle connaît une légère reprise (75)",
 "Il n'y a pas d'évolution (50)",
 "Elle est en légère récession (25)",
 "Elle est en forte récession (0)"

Défis à venir

Concernant la gestion quotidienne de votre activité, quelles sont vos trois principales préoccupations ?

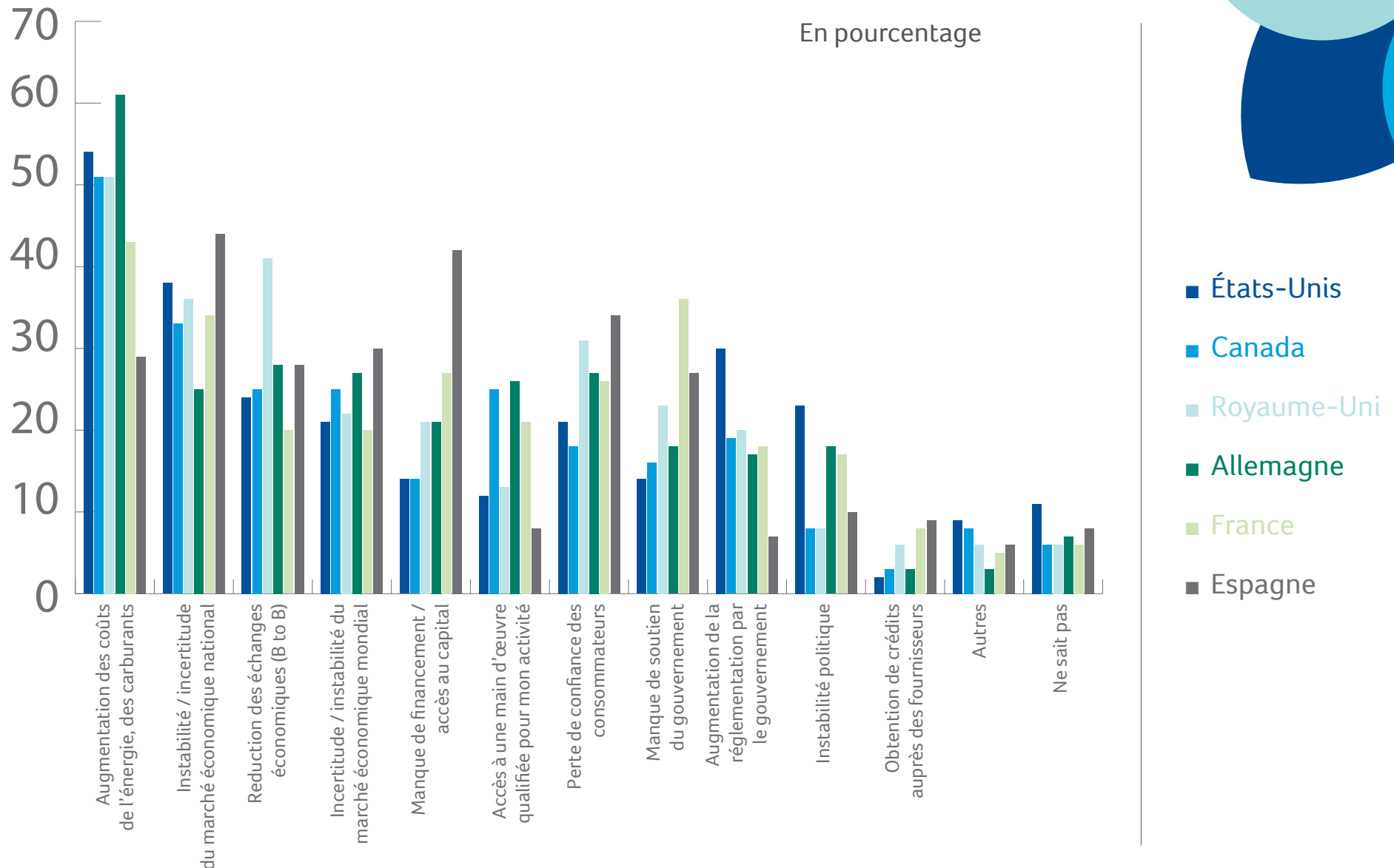
Préoccupations (1-3)



- Augmentation des coûts de l'énergie, des carburants et des matières premières
- Instabilité / incertitude du marché économique national
- Ralentissement des échanges économiques (B to B)
- Instabilité / incertitude du marché économique mondial
- Perte de confiance des consommateurs
- Manque de financement / accès au capital
- Augmentation de la réglementation par le gouvernement
- Manque de soutien du gouvernement
- Accès à une main d'œuvre qualifiée pour mon activité
- Instabilité politique
- Obtention de crédits auprès des fournisseurs
- Autres
- Ne sait pas

Défis à venir

Concernant la gestion quotidienne de votre activité, quelles sont vos trois principales préoccupations ?



Défis à venir

Top 3 des préoccupations par pays

Etats-Unis

- 1 - Augmentation des coûts de l'énergie, des carburants et des matières premières
- 2 - Instabilité et incertitude sur le marché économique national
- 3 - Ralentissement des échanges économiques (B to B)

Canada

- 1 - Augmentation des coûts de l'énergie, des carburants et des matières premières
- 2 - Instabilité et incertitude sur le marché économique national
- 3 - Ralentissement des échanges économiques (B to B)
- 3 - Accès à une main d'œuvre qualifiée

Royaume-Uni

- 1 - Augmentation des coûts de l'énergie, des carburants et des matières premières
- 2 - Ralentissement des échanges économiques (B to B)
- 3 - Instabilité et incertitude sur le marché économique national

Allemagne

- 1 - Augmentation des coûts de l'énergie, des carburants et des matières premières
- 2 - Ralentissement des échanges économiques (B to B)
- 3 - Instabilité et incertitude sur le marché économique mondial
- 3 - Baisse de confiance des consommateurs

France

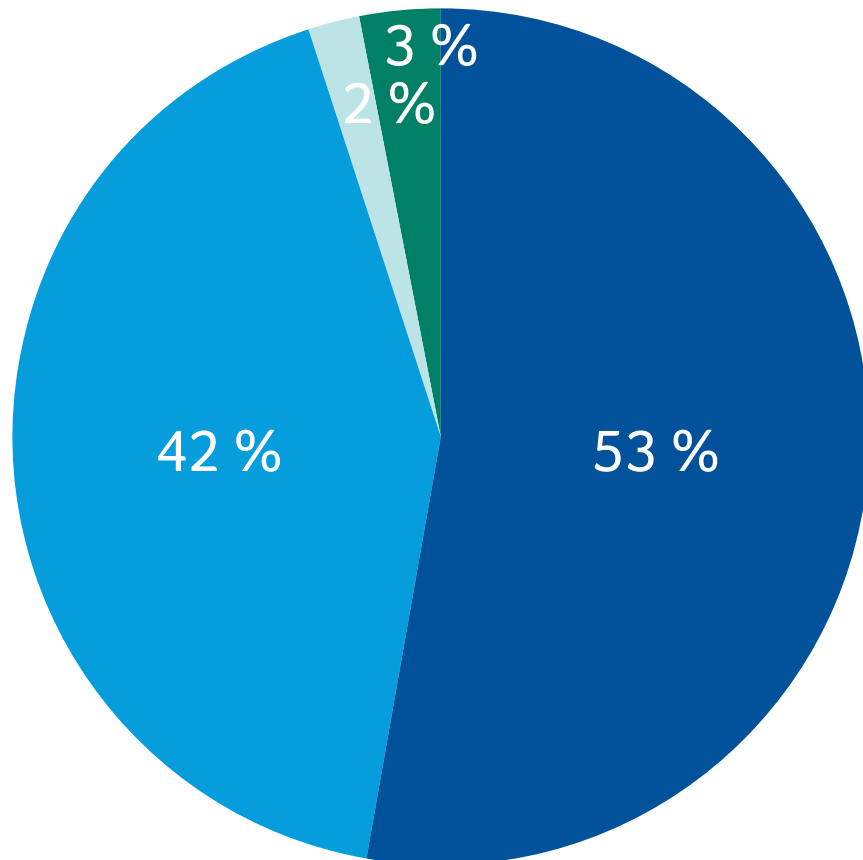
- 1 - Augmentation des coûts de l'énergie, des carburants et des matières premières
- 2 - Manque de soutien du gouvernement
- 3 - Instabilité et incertitude sur le marché économique national

Espagne

- 1 - Instabilité et incertitude sur le marché économique national
- 2 - Manque de financement / accès au capital
- 3 - Baisse de confiance des consommateurs

Service client

Votre service client est-il devenu plus ou moins important pour votre entreprise au cours des 12 derniers mois dans un climat économique incertain ?

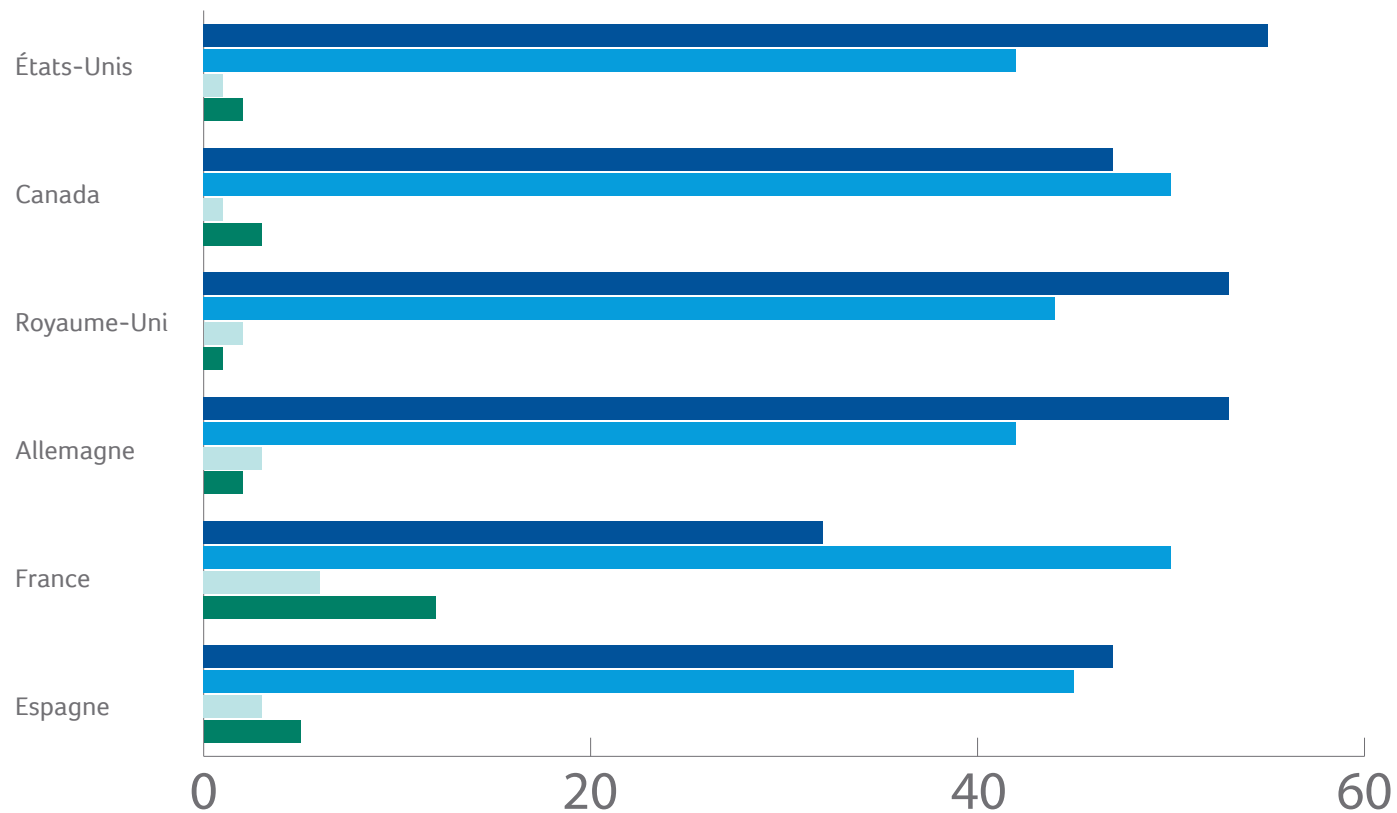


- Plus important
- Ni plus ni moins important
- Moins important
- Ne sait pas

Service client

Votre service client est-il devenu plus ou moins important pour votre entreprise au cours des 12 derniers mois dans un climat économique incertain ?

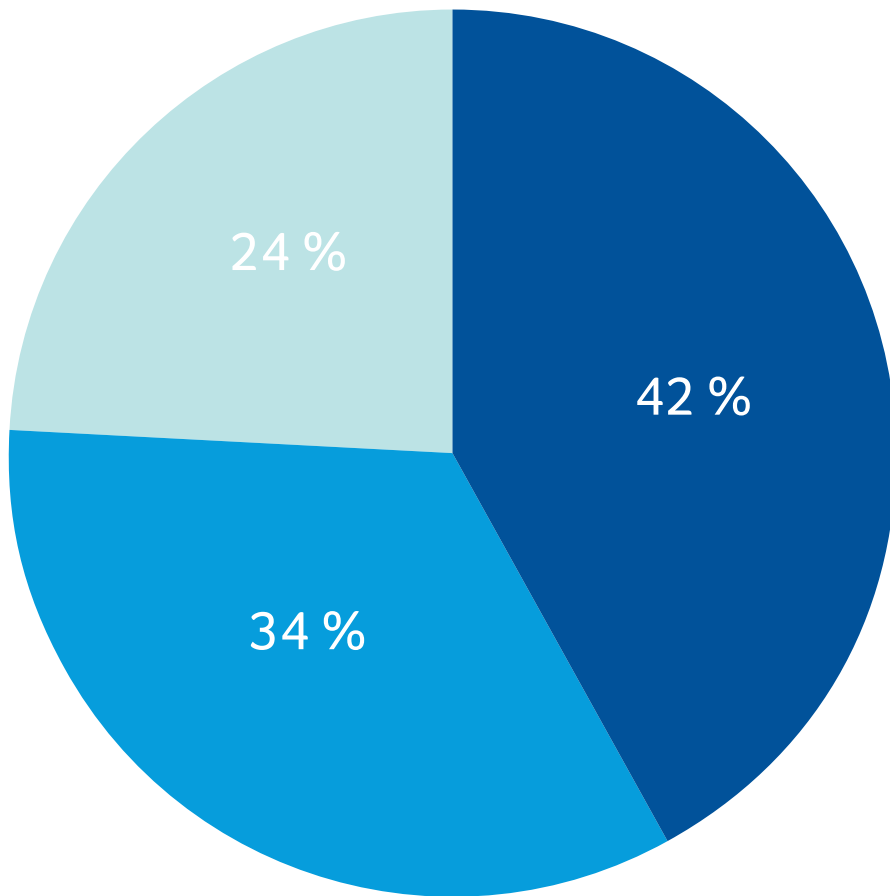
En pourcentage



- Plus important que l'année dernière
- Ni plus ni moins important que l'année dernière
- Moins important que l'année dernière
- Ne sait pas

Service client

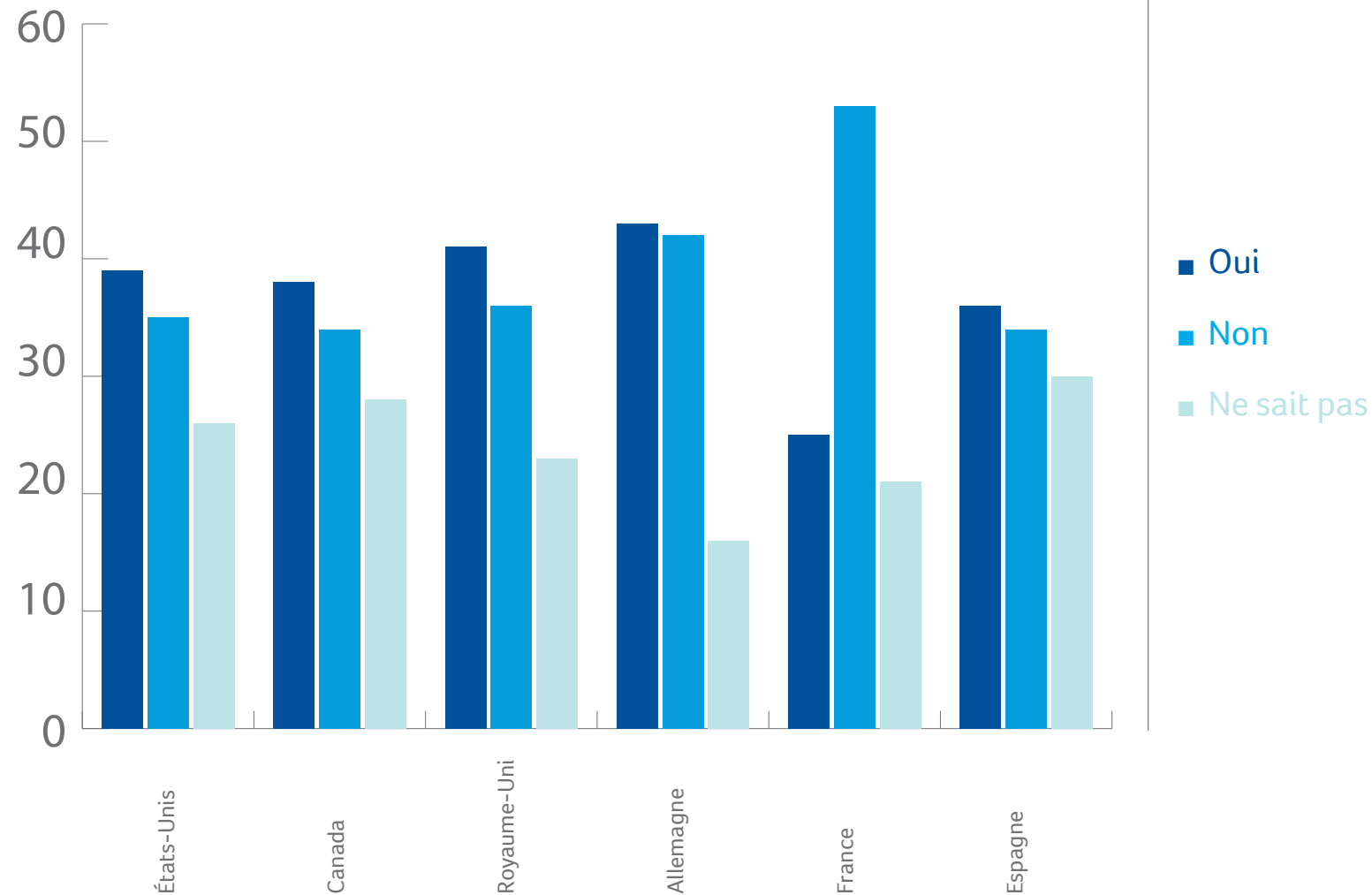
Votre entreprise allouera-t-elle un budget plus conséquent ou utilisera-t-elle davantage de ressources pour son service client en 2012 ?



- Oui
- Non
- Ne sait pas

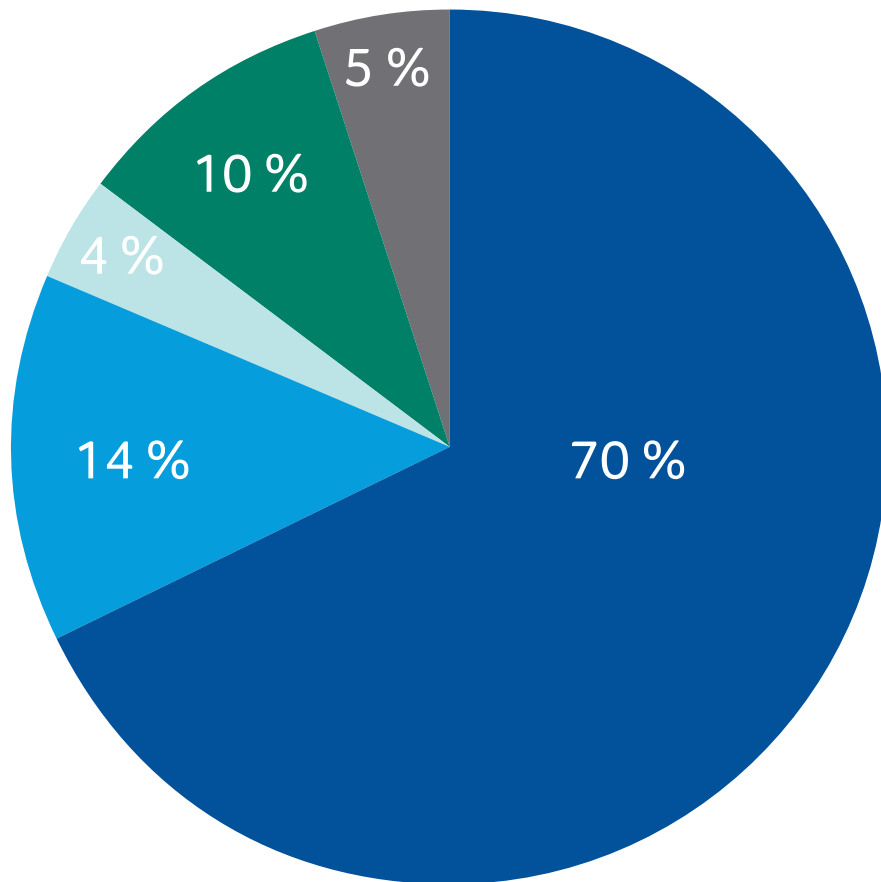
Service client

Votre entreprise allouera-t-elle un budget plus conséquent ou utilisera-t-elle davantage de ressources pour son service client en 2012 ?



Service client

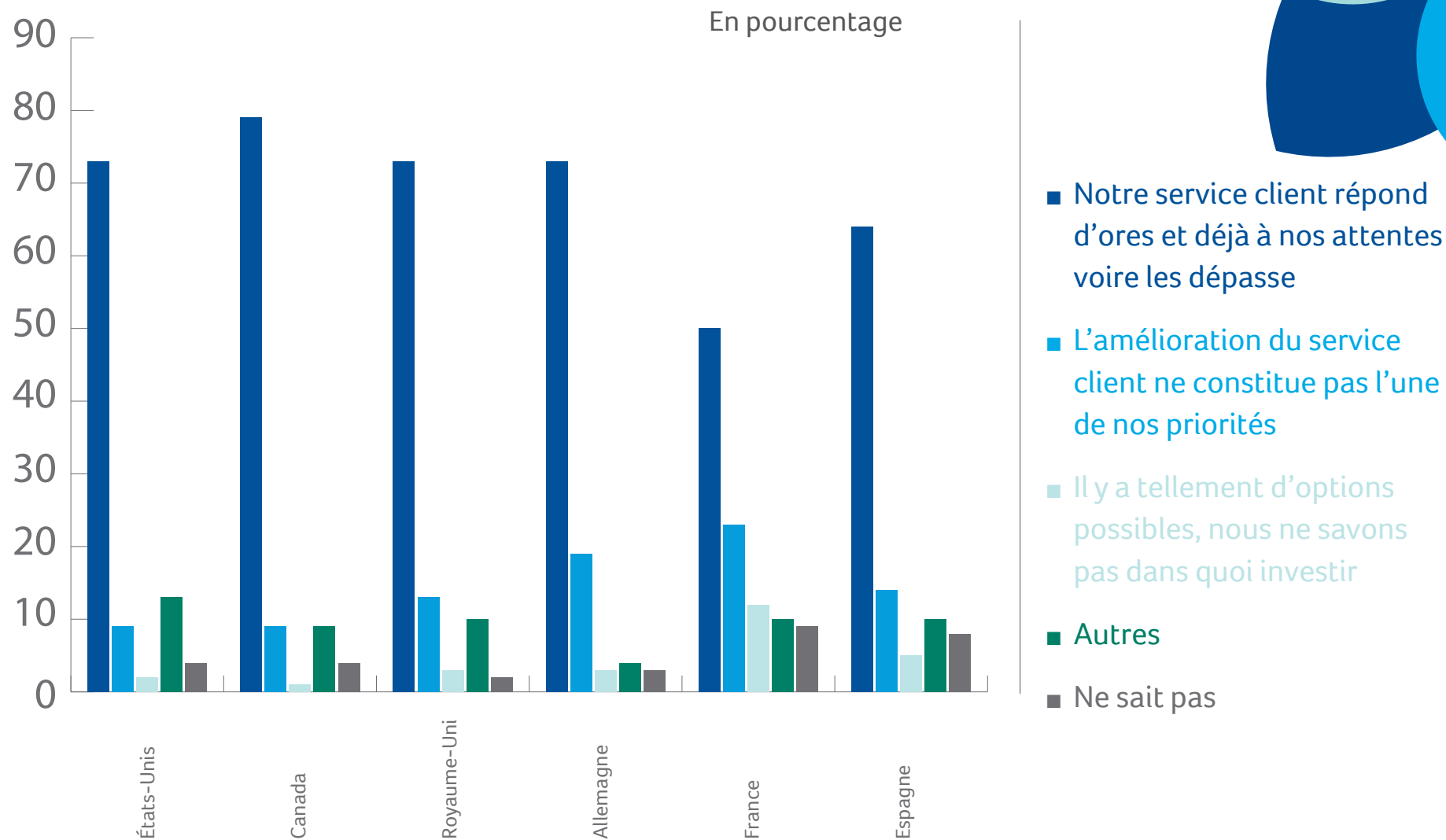
Si non, pourquoi votre entreprise n'allouera-t-elle pas de budget plus conséquent ou n'utilisera-t-elle pas davantage de ressources pour son service client en 2012 ?



- Notre service client répond d'ores et déjà à nos attentes voire les dépasse
- L'amélioration du service client ne constitue pas l'une de nos priorités commerciales
- Il y a tellement d'options possibles, nous ne savons pas dans quoi investir
- Autres
- Ne sait pas

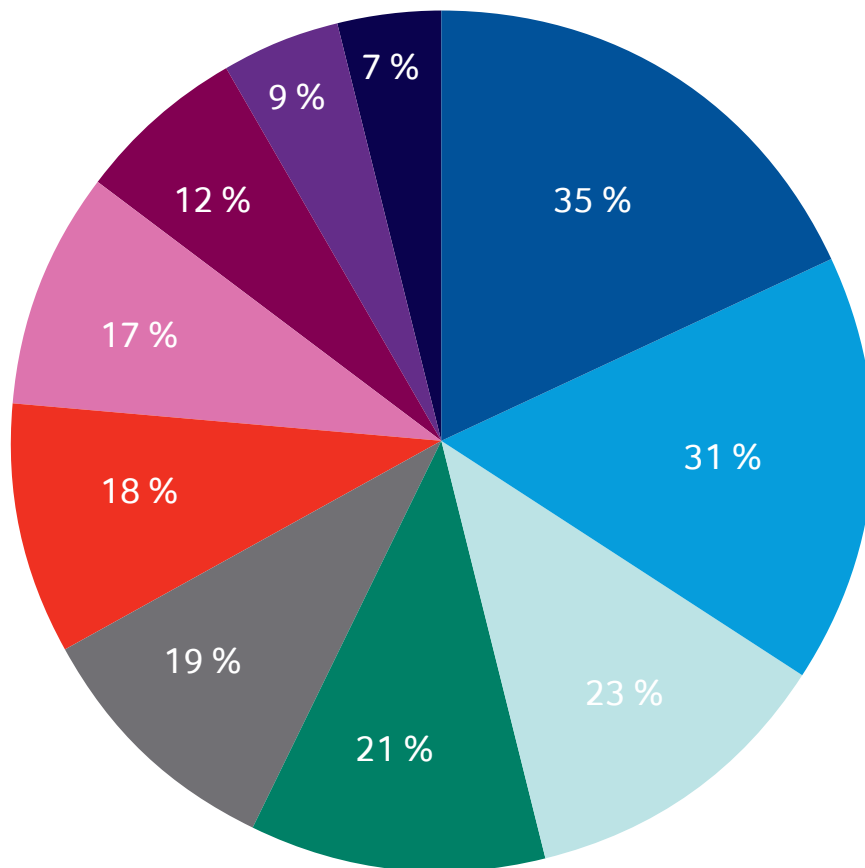
Service client

Si non, pourquoi votre entreprise n'allouera-t-elle pas de budget plus conséquent ou n'utilisera-t-elle pas davantage de ressources pour son service client en 2012 ?



Service client

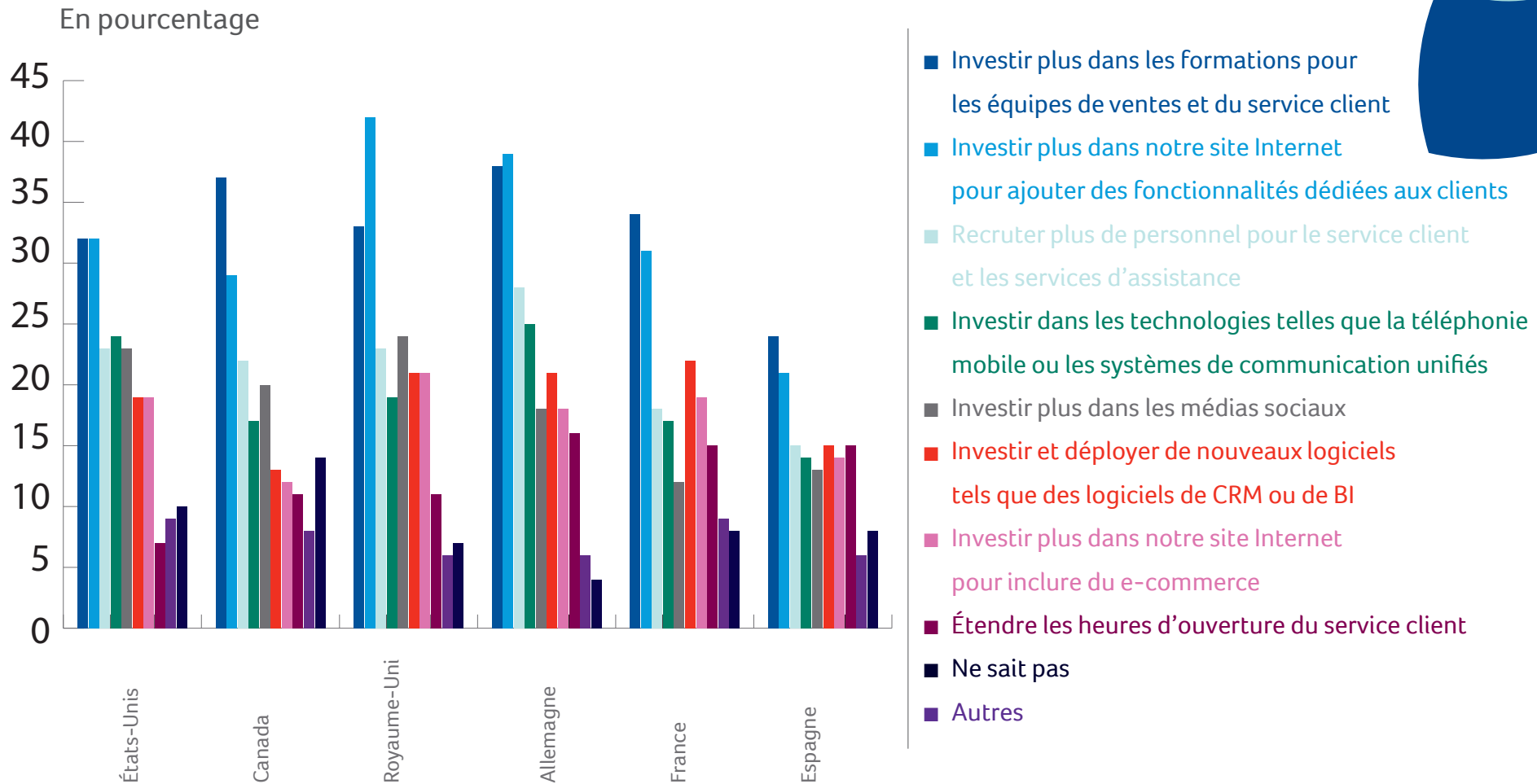
Si oui, comment utiliserez-vous ce budget ou ces ressources supplémentaires en vue d'améliorer votre service client ?



- Investir plus dans les formations pour les équipes de ventes et du service client
- Investir plus dans notre site Internet pour ajouter des fonctionnalités dédiées aux clients
- Recruter plus de personnel pour le service client et les services d'assistance
- Investir dans les technologies telles que la téléphonie mobile ou les systèmes de communication unifiés
- Investir plus dans les médias sociaux
- Investir et déployer de nouveaux logiciels tels que des logiciels de CRM ou de BI
- Investir plus dans notre site Internet pour inclure du e-commerce
- Étendre les heures d'ouverture du service client
- Ne sait pas
- Autres

Service client

Si oui, comment utiliserez-vous ce budget ou ces ressources supplémentaires en vue d'améliorer votre service client ?



Echantillon

Enquête menée en mars 2012

Etats-Unis



Canada



Royaume-Uni



Allemagne



France

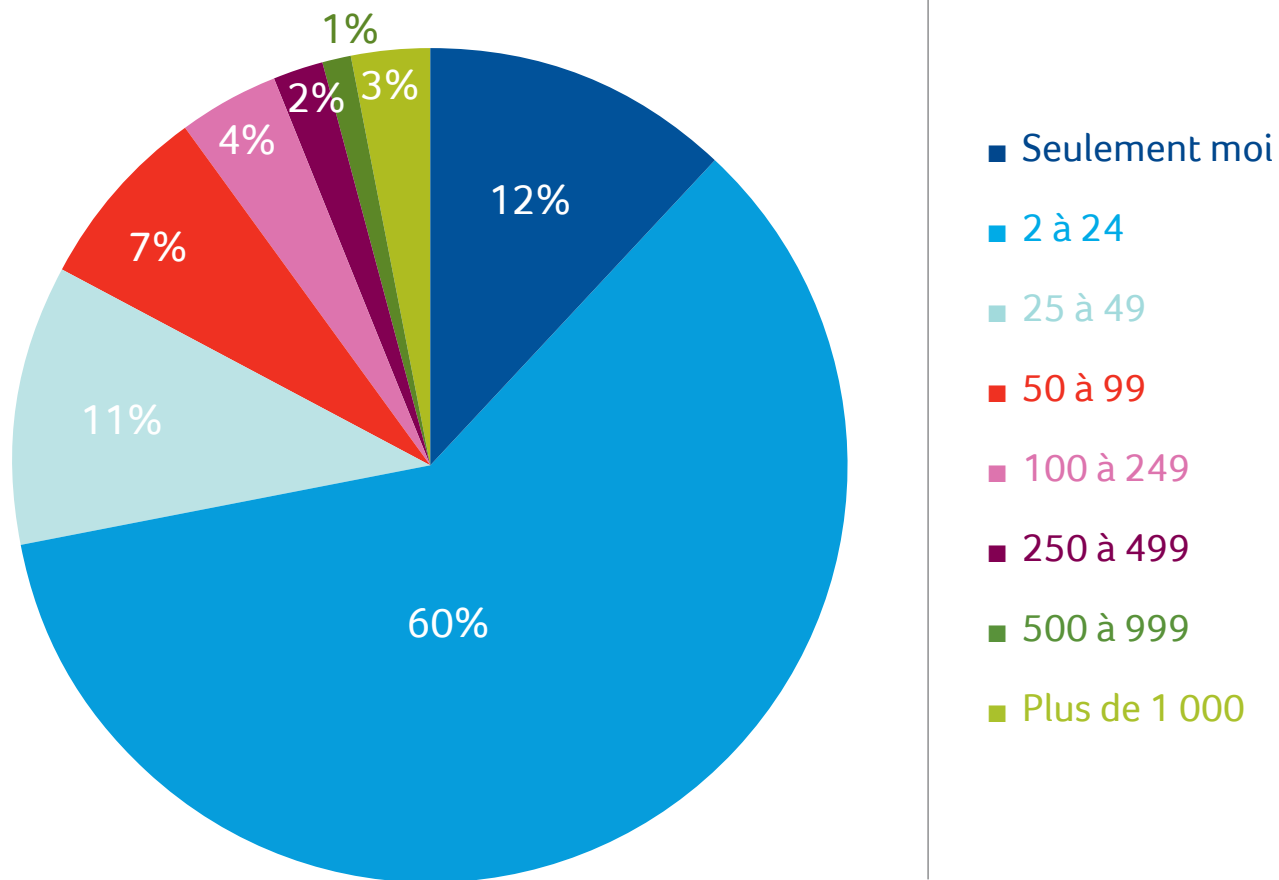


Espagne



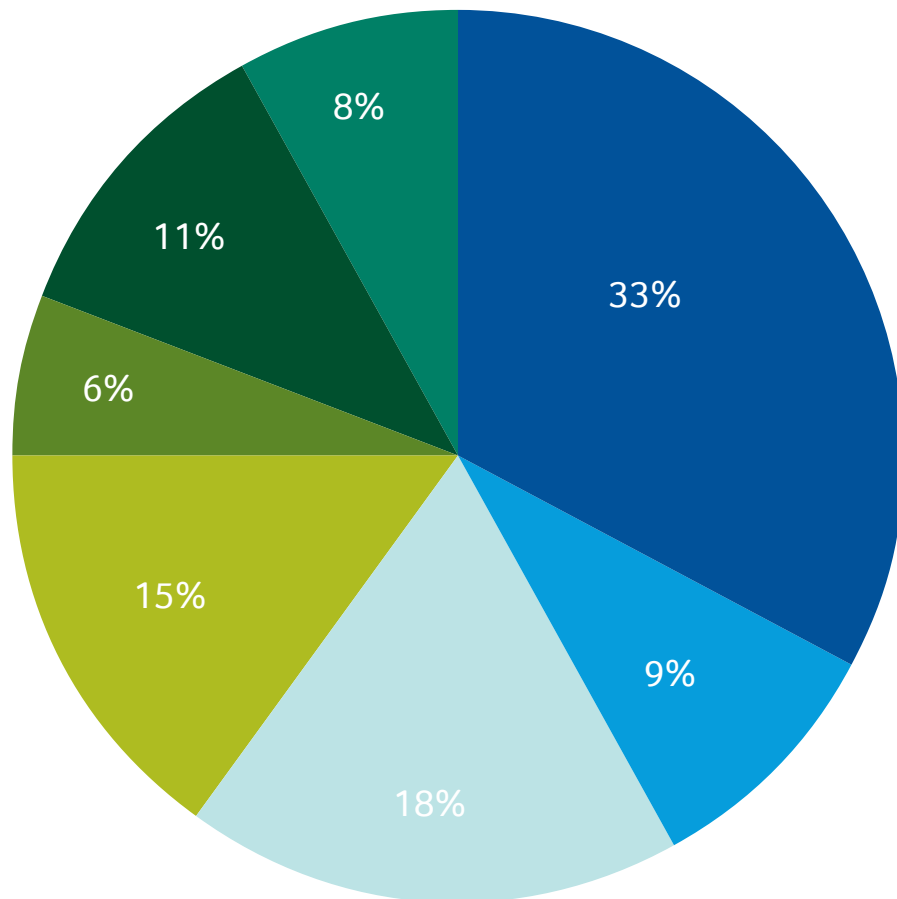
Echantillon

Vous compris, combien de salariés compte votre entreprise ?



Echantillon

Laquelle des catégories suivantes décrit le mieux votre fonction ?



- Propriétaire / Fondateur
- PDG / Directeur général
- Cadre supérieur
- Cadre intermédiaire
- Cadre de premier niveau
- Employé
- Autre

Méthodologie

Méthodologie de l'enquête

- **Populus** a réalisé des entretiens en ligne avec 10 009 décideurs dans des entreprises au Royaume-Uni, aux États-Unis, au Canada, en Allemagne, en France, en Espagne, en Afrique du Sud, en Malaisie, à Singapour et en Autriche. Ces entreprises ont été sélectionnées à partir de deux sources :
- **8 575** proviennent des bases de données des clients locaux de Sage au Royaume-Uni, aux États-Unis, au Canada, en Allemagne, en France, en Espagne, en Afrique du Sud, en Malaisie, à Singapour et en Autriche. Les sociétés Sage opérant à l'échelle locale ont envoyé par e-mail une invitation à participer à l'étude à des bases de données spécialement sélectionnées, avec un lien vers l'enquête fourni par Populus. En Malaisie et à Singapour, les clients ont été invités à participer via une lettre qui expliquait en détail comment s'inscrire en ligne. Toutes les réponses ont été recueillies et centralisées par Populus.
- **1 434 entreprises** proviennent d'un panel en ligne spécialisé d'entrepreneurs qui compte 2,4 millions de membres dans le monde. 200 entretiens ont été menés sur tous les marchés, à l'exclusion de l'Autriche, de la Malaisie et de Singapour où les enquêtes ont été réalisées par des sociétés Sage opérant à l'échelle locale, comme ci-dessus. Un échantillon aléatoire de personnes interrogées dont le profil répondait aux critères de sélection a été invité à prendre part à l'enquête, ce qui a permis d'assurer une bonne répartition des différents secteurs et tailles d'entreprises. Les personnes interrogées ont ensuite dû répondre à une question filtre pour confirmer qu'elles étaient bien des décideurs au sein de leur entreprise.

Méthodologie de l'index

Puisqu'il s'agit de la troisième édition du Sage Business Index, nous sommes maintenant en mesure d'appliquer une méthodologie qui nous permet de mesurer l'évolution de la confiance des entreprises interrogées à l'égard du commerce et de l'économie.

L'Index est basé sur une échelle de 1 à 100 :

- 0 correspond à une baisse significative,
- 100 à une amélioration significative et
- 50 à une situation inchangée.

Pour la question relative à la confiance des entreprises, l'échelle s'interprète de la façon suivante :

- en dessous de 50 signifie "moins confiant",
- au-dessus de 50 signifie "plus confiant",
- et 50 "aucune différence".

Nous avons appliqué rétroactivement cette méthodologie aux pays où la première enquête avait été menée en février 2011 (États-Unis, Canada, Royaume-Uni, Allemagne et France), pour lesquels les questions avaient été posées de la façon suivante : "Estimez-vous que l'économie de votre pays connaît actuellement une reprise ou au contraire une récession ?" et "Estimez-vous que l'économie mondiale connaît actuellement une reprise ou au contraire une récession ?"

Les scores de l'Index ont été déterminés à partir de ces données, les réponses possibles et la pondération de leurs scores étant les suivantes :

- "Elle connaît une reprise importante (100)",
- "Elle connaît une légère reprise (75)",
- "Il n'y a pas d'évolution (50)",
- "Elle est en légère récession (25)",
- "Elle est en forte récession (0)".

"Êtes-vous plus confiant ou moins confiant quant à vos perspectives d'activité pour l'année à venir ?"

Les scores de l'Index ont été déterminés à partir de ces données, les réponses possibles et la pondération de leurs scores étant les suivantes :

- "Plus confiant (75)",
- "Il n'y a aucune évolution (50)"
- "Moins confiant (25)".

Méthodologie

Populus

Populus est une société d'études d'opinion et de conseil spécialisée dans l'analyse des points de vue du grand public, des clients, des entreprises et des intervenants clés. Connue surtout pour les études sociales et politiques qu'elle conduit, en tant qu'institut de sondage, pour des médias tels que le Times, la BBC et ITV News, elle mène régulièrement d'importants programmes de recherche pour un large éventail de clients comme de grandes multinationales dans les secteurs du commerce de détail, de l'industrie alimentaire, de l'industrie pharmaceutique, des services financiers et des communications, ou encore des organismes publics, des organisations associatives et des ONG.

sage

Sage conçoit, édite et commercialise des logiciels de gestion d'entreprise et des services associés pour accroître leur performance. Afin de garantir une gestion en toute sérénité à ses 6 millions de clients dans le monde, Sage s'appuie sur l'expertise de ses 12 300 salariés, sur son réseau de 28 000 partenaires revendeurs et sur plus de 40 000 experts comptables, prescripteurs de ses solutions. Sage propose des produits et services en adéquation avec les différentes fonctions de l'entreprise et avec le niveau de développement des organisations. Grâce à ses investissements en R&D et à la veille réglementaire, Sage anticipe les évolutions légales, fiscales et technologiques pour assurer à ses clients un haut niveau de service et d'assistance. Son chiffre d'affaires annuel global (au 30 septembre 2011) s'élève à 1,5Md €.

En France, Sage compte 600 000 clients, 2 500 salariés, et son chiffre d'affaires s'élève à 329 M €.

Antoine Henry est Directeur Général de Sage en France.



Plus d'information :

<http://businessindex.sage.com/>
www.sage.fr

Pour toute information, contactez :

Sage France
Caroline Peyrat
Responsable des Relations Extérieures
01 41 66 21 93
caroline.peyrat@sage.com

Marie-Charlotte Dichamp
Chargée de Communication Institutionnelle
01 41 66 61 20
marie-charlotte.dichamp@sage.com

