

Résultats de l'enquête sur les métiers de la réparation

Février 2014



||| Réparer fait durer et évite que les objets n'arrivent prématurément dans les ordures ménagères.

C'est le point de départ de cette enquête menée par la Chambre Régionale de Métiers et de l'Artisanat et lancée fin octobre 2013 auprès de 3 747 entreprises artisanales bretonnes susceptibles d'exercer une activité de réparation.

Les entreprises de la réparation automobile ont volontairement été écartées, en raison de leurs spécificités : leur nombre (2 182) ; elles font déjà l'objet d'une opération dédiée avec Garage Propre ; elles sont représentées par des organisations professionnelles très actives. Ces professionnels pourraient, dans un second temps, et en lien avec les 2 organisations professionnelles, faire l'objet d'une opération spécifique, notamment pour mettre en avant ceux d'entre eux qui utilisent des pièces d'occasion.

Des enquêtes antérieures, conduites dans d'autres régions par des CRMA (régions Aquitaine et Centre), en direction des artisans de la réparation ont mis en lumière un fort intérêt de ces professionnels pour la valorisation de leur savoir-faire auprès du grand public.

L'objectif de cette enquête auprès des professionnels bretons a donc consisté à identifier leurs besoins en matière de communication, afin de bâtir ensuite une action qui soit en adéquation avec leurs attentes mais également de déceler d'éventuels besoins spécifiques à certains secteurs d'activité.

1. Le déroulement

Un questionnaire d'enquête accompagné d'un courrier de présentation (cf. annexe 1) a été envoyé par voie postale aux 3 747 entreprises ciblées, fin octobre 2013.

Une enveloppe T était jointe aux envois, afin de faciliter les retours et d'optimiser ainsi les résultats de l'enquête. La validité de ces enveloppes était d'une durée d'un mois (du 24/10/2013 au 23/11/2013).

Un article dans le n°6 de l'ArtiMag (revue régionale des CMA bretonnes) d'octobre (cf. annexe 2) est paru de manière concomitante, pour inciter les artisans concernés à répondre et permettre à ceux qui n'auraient pas reçu l'enquête de contacter la CRMA.

2. Les résultats (sur 3 747 courriers envoyés)

Retours par enveloppes T	413
Autres retours (mails ou courriers)	23
Retours totaux	436
Taux de retours (total des retours/population ciblée)	11,6%
Courriers NPAI (n'habitent plus à l'adresse indiquée)	214
Soit un taux de retours « corrigé » (hors NPAI)	12,3%

Deux questionnaires se sont révélés inexploitables, l'analyse des résultats a donc été réalisée à partir des 434 questionnaires dûment renseignés.

a) Implantations géographiques des entreprises

Départements	% entreprises ciblées	% entreprises ayant répondu à l'enquête
Côtes d'Armor	17%	21%
Finistère	30%	37%
Ille et Vilaine	27%	20%
Morbihan	26%	22%

On remarque que les entreprises du Finistère, plus représentées dans la cible initiale, creusent l'écart en termes de nombre de retours avec 37% des répondants.

Les Côtes d'Armor sont également **surreprésentés**, contrairement aux départements d'Ille et Vilaine et du Morbihan **moins représentés** dans la répartition départementale des retours.

b) Secteurs d'activité des entreprises

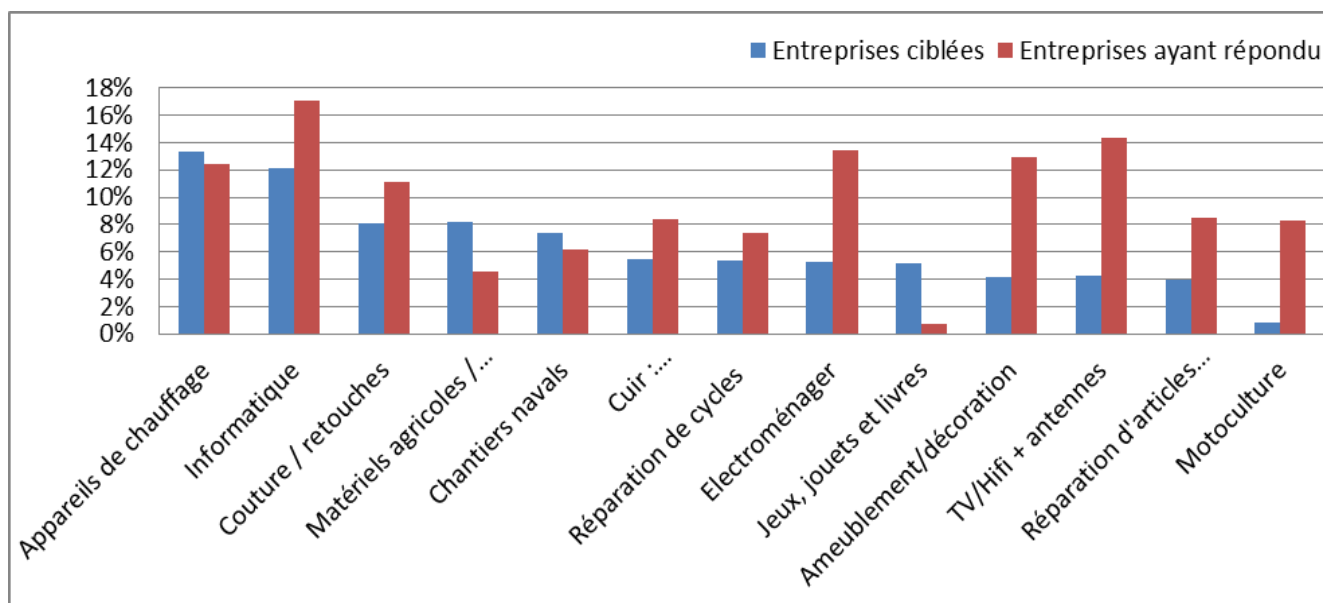
Secteurs d'activité (selon code APRM)	% entreprises ciblées	% entreprises ayant répondu à notre enquête
Appareils de chauffage	13.3%	12.4%
Informatique	12.1%	17.1%
Couture / retouches	8.9%	11.1%
Matériels agricoles / outillages	8.2%	2.1%+2.5% (4.6%)
Chantiers navals	7.4%	6.2%
Cuir : cordonnerie/marochinerie/sellerie	5.5%	5.1%+2.1%+1.2% (8.4%)
Réparation de cycles	5.4%	7.4%
Electroménager	5.3%	13.4%
Jeux, jouets et livres	5.2%	0.7%
Ameublement/décoration	4.2%	8.8% + 4.1% (12.9%)
TV/Hifi + antennes	4.3%	14.3%
Réparation d'articles d'horlogerie et de bijouterie	4%	8.5%
Motocycle	3.6%	4.8%
Instrument de musique	2.2%	3.9%
Motoculture	0.8%	8.3%
Ferronnerie (clôture, grilles, store et bannes)	0.5%	1.8%
Equipements électriques (pompes)	1.2%	6%
Téléphonie	1%	5.1%
Electronique et optique	0.3%	0%
Coutellerie	0.2%	1.6%
Autres	6.4%	Ebénisterie : 3.2% Photographie : 0.7% Robinetterie : 6.9% Autres : 12.9%

NB : la répartition (% entreprises ciblées) s'est faite selon les codes APRM du répertoire des métiers. Pour certains d'entre eux, les codes sont génériques et regroupent diverses activités qu'il est parfois difficile de classer. 238 entreprises ont ainsi été regroupées dans la catégorie « autres » tandis que certaines catégories sont manquantes (ébénisterie, outillage, photographie, robinetterie, autres).

Enfin, certains secteurs ont dû être regroupés. Exemple : création d'une activité « cuir » pour la cordonnerie, la marochinerie et la sellerie.

Le tableau ci-dessus donne un aperçu global, les périmètres d'activité étant difficilement comparables.

L'histogramme ci-dessous présente, pour les secteurs d'activité qui ont majoritairement participé à l'enquête, la répartition comparée du poids des entreprises ciblées par le mailing, et de celles qui ont répondu.



Mis à part l'ordre des activités, on observe une inégale réactivité à l'enquête. Certains secteurs d'activité étant sous-représentés dans les retours (matériels agricoles / outillages, chantiers navals, jeux, jouets et livres) alors que d'autres se sont plus sensiblement mobilisés (ameublement/décoration, réparation d'articles d'horlogerie et de bijouterie, cuir : cordonnerie/marochinerie/sellerie, motoculture, TV Hifi).

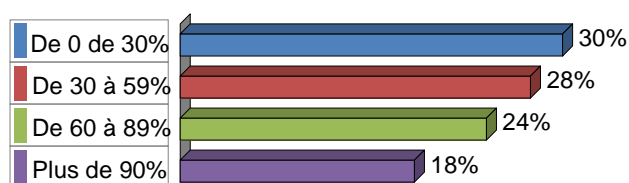
Certaines différences peuvent être dues aux difficultés de classification entre les codes APRM (3 747 entreprises ciblées) et les activités réellement exercées par les 434 répondants à l'enquête.

Il n'apparaît pas excessif d'émettre l'hypothèse que les secteurs ayant le plus répondu, sont susceptibles d'être plus sensibles à cette thématique de la réparation et de sa valorisation.

c) Informations sur le chiffre d'affaires de la réparation

Question : quelle part représente la réparation dans votre activité, en % de votre chiffre d'affaires ?

% du chiffre d'affaires



Sur les 434 répondants, 337 ont complété l'information relative à leur chiffre d'affaires. La réparation tient une place importante, puisqu'elle représente en moyenne 50% du chiffre d'affaires des entreprises ayant répondu.

On trouvera ci-dessous le détail par secteur d'activité, (moyennes établies sans tenir compte des non réponses) montrant la part relative de la réparation dans le CA global de chaque secteur.

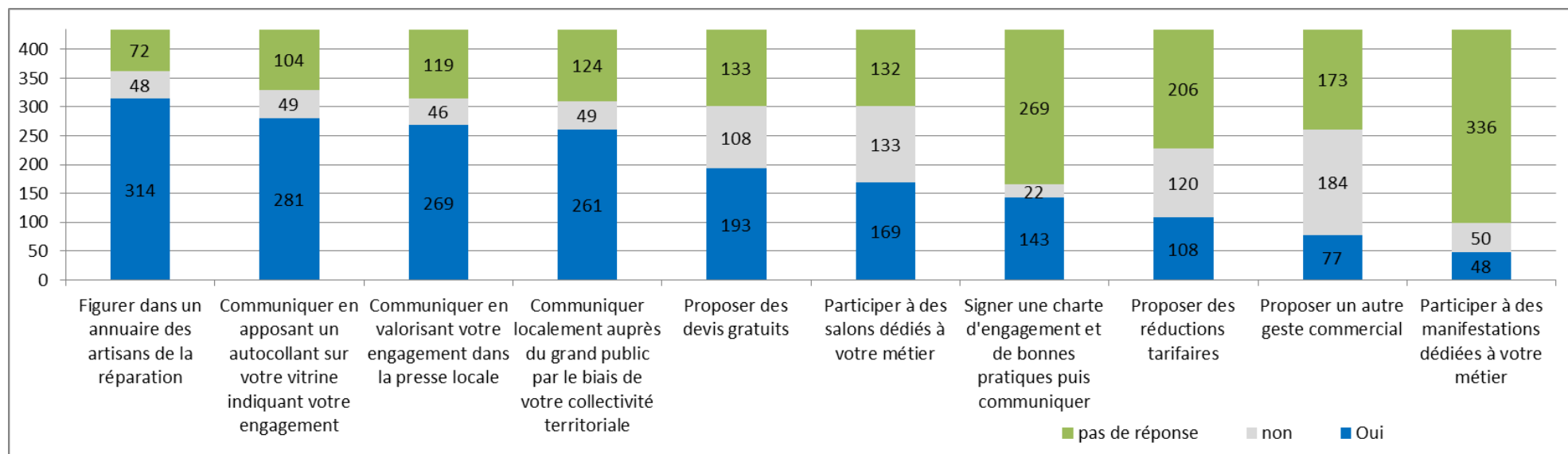
	% du chiffre d'affaires de la réparation/secteur d'activité	
Maroquinerie	83	Plus élevé que la moyenne
Coutellerie	74	
Couture / retouches	74	
Ameublement/décoration	72	
Cordonnerie	66	
Chantiers navals	65	
Ebénisterie	65	
Sellerie	62	
Outillages	61	
Motoculture	53	
Photographie	52	
Motocycle	52	
Informatique	49	
Ferronnerie (clôture, grilles, store et bannes)	48	
Equipements électriques (pompes)	46	
Robinetterie	41	Moins élevé que la moyenne
Horlogerie et bijouterie	41	
Matériels agricoles	39	
Réparation de cycles	38	
Antennes	38	
TV/Hifi	37	
Appareils de chauffage	37	
Jeux, jouets et livres	35	
Electroménager	34	
Instrument de musique	30	
Téléphonie	30	

d) Comment valoriser les métiers de la réparation ?

Pour cette question centrale de notre enquête, un tableau à choix multiple était présenté, avec des cases à cocher.

	Oui	Non
✓ Signer une charte d'engagement et de bonnes pratiques puis communiquer		
- localement auprès du grand public par le biais de votre collectivité territoriale		
- en apposant un autocollant sur votre vitrine indiquant votre engagement		
- en valorisant votre engagement dans la presse locale		
✓ Participer à des manifestations dédiées à votre métier (ex : Semaine européenne de réduction des déchets)		
- en proposant des devis gratuits		
- en proposant des réductions de tarifs		
- en proposant un autre geste commercial :		
✓ Figurer dans un annuaire des artisans de la réparation		
✓ Participer à des salons dédiés à votre métier		
✓ Autre :		

Résultats obtenus (classés par ordre décroissant) de nombre de réponses positives, pour les 434 entreprises ayant répondu à l'enquête :



Le tout premier mode de valorisation plébiscité par les répondants (pour 72% d'entre eux) consiste à figurer dans un annuaire de la réparation.

Arrive ensuite la communication sur leur engagement formalisée par un autocollant apposé sur la vitrine du commerce (souhaitée par 64% d'entre eux), suivie par la valorisation de cet engagement dans la presse locale (62%) ou par le biais de leur collectivité territoriale (60%).

Les autres options proposées ne parviennent pas à retenir l'intérêt d'une majorité des répondants. Ni la proposition de devis gratuits, la participation à des salons dédiés, pas plus que la proposition de réductions de tarifs ou de geste commercial, ne semblent susciter un intérêt affirmé des entreprises.

Certaines options ont suscité beaucoup de non réponses. C'est le cas pour la « participation à des manifestations dédiées à votre métier » qui totalise 77% de non réponses. Nous pouvons supposer que les répondants ont délaissé cette question, ayant déjà répondu à une autre très similaire sur les salons dédiés à leurs métiers.

Globalement les options relatives à une diminution des tarifs totalisent peu de retours favorables (25% et 17%) alors que la proposition de réaliser des devis gratuits, bien que minoritaire, semble mieux acceptée (44% de retours positifs).

Sur la question ouverte concernant la proposition d'un autre geste commercial, certains évoquent un paiement en plusieurs fois selon les montants, un forfait devis remboursable lors d'un achat neuf, ou encore l'instauration d'un plafond de réparation (ne doit pas coûter plus cher que la moitié du prix du neuf).

e) Les spécificités par type d'activité (voir annexe 3)

Les secteurs de **l'informatique, TV/Hifi/antennes et électroménager** se caractérisent par un rejet plus important des options consistant à pratiquer des réductions de tarifs (respectivement 42%, 45% et 38 % sont contre dans ce secteur, contre 28% en moyenne).

Les secteurs de **l'informatique, de l'horlogerie/bijouterie, de la réparation de cycles** et de **l'ameublement/décoration** se distinguent par une très forte volonté de figurer dans un annuaire de la réparation (respectivement 93%, 86%, 81%, et 80% y sont favorables, contre 72% en moyenne).

Les secteurs de **l'informatique, l'électroménager, l'ameublement/décoration, l'horlogerie/bijouterie, la cordonnerie/maroquinerie/sellerie** se déclarent plus intéressés que la moyenne pour communiquer leurs engagements via la collectivité, la presse locale et en apposant un autocollant sur leur vitrine.

f) D'autres types de valorisation possibles....

64 entreprises ont complété la partie expression libre sur les autres suggestions, soit moins de 15% des répondants. Ce qui conduit à penser que la palette des options de valorisation proposées semble plutôt exhaustive et bien ciblée.

Autres pistes de valorisations suggérées :

- Messages de communication à faire passer auprès du grand public
 - Faire prendre conscience à la clientèle que réparer ne coûte pas plus cher qu'un produit neuf.
 - Promouvoir l'achat de produits de qualité qui peuvent être réparés.
 - Communiquer sur l'importance de la maintenance pour consommer moins d'énergie et utiliser plus longtemps le matériel.
 - Mettre en place des campagnes de publicité basées sur la confiance, le respect, le professionnalisme des artisans, la notion d'anti-gaspillage (réparer à la différence de jeter un appareil réutilisable).

- Mettre en avant le savoir-faire des artisans et leur envie de réparer le matériel pour diminuer les déchets.

- Relation clientèle

Explications du travail, création d'un climat de confiance avec le client, en étant à l'écoute de ses attentes et surtout de ses besoins, organisation de visite / journée portes-ouvertes dans l'atelier.

- Moyens de communiquer à privilégier

Le bouche à oreilles, réaliser des prospectus et/ou affiches, mettre des « publicités » dans la presse locale, sur les voitures de société, communiquer dans les médias (presse, radio, télé). Participer à des salons « artisans » en mettant en valeur le savoir-faire et les économies possibles en choisissant la réparation plutôt que le remplacement.

Certains évoquent la création d'un label de bonnes pratiques apposable sur véhicules et documents commerciaux.

Plusieurs chefs d'entreprise citent Internet comme étant un bon moyen de communiquer en étant référencé sur le site Internet de la CMA, en créant un site Internet dédié aux artisans locaux, ou encore en établissant un registre de compétences disponibles au plus grand nombre avec un lexique d'explication (pour tel problème, c'est tel artisan dont vous avez besoin). Certains évoquent enfin une mention dans l'annuaire des Pages Jaunes.

- Autres

Nous dénombrons également une vingtaine de réclamations principalement vis-à-vis des pouvoirs publics, concernant la réduction des taxes et de manière plus générale des prélèvements, ou encore vis-à-vis du travail illégal ou de la suppression souhaitée du régime d'auto entrepreneur.

La vente d'objets non réparables ou d'objets neufs qui coûtent moins chers qu'une réparation est aussi dénoncée.

3. Conclusions de l'enquête

Tout d'abord, le « bon » taux de retour spontané (sans relance) à cette enquête (12.3%) dénote l'intérêt certain des professionnels de la réparation sur ce sujet.

Résumé des principales observations résultant de l'enquête :

- les secteurs d'activité ayant le plus répondu sont : l'informatique, la cordonnerie / maroquinerie / sellerie, l'électroménager, l'ameublement / décoration, la réparation d'articles d'horlogerie et de bijouterie, la motoculture, TV Hifi antennes, la coutellerie, la téléphonie ou encore les équipements électriques. Ces professionnels semblent plus enclins et motivés à vouloir travailler sur la valorisation de leurs métiers auprès du grand public.

- les secteurs de la maroquinerie, la coutellerie, la couture / retouche, l'ameublement / décoration, la cordonnerie, les chantiers navals, l'ébénisterie, la sellerie ou encore l'outillage présentent un chiffre d'affaires moyen dédié à la réparation, de plus de 50% de leur chiffre d'affaires global. L'enjeu économique de la réparation pour ces artisans est donc important.

- L'option de valorisation plébiscitée consiste majoritairement à figurer dans un annuaire de la réparation (72% des répondants), avec des pics plus importants pour les métiers de l'informatique (93%), de l'horlogerie / bijouterie (86%), de la réparation de cycles (81%) et de l'ameublement / décoration (80%).

Ce type d'annuaire existe déjà sur une partie du territoire breton, à l'initiative des Départements (cas du Morbihan et prochainement du Finistère), ou bien des collectivités (Rennes Métropole via sa Carte OuVerte, ou Saint-Brieuc Agglomération prochainement).

- Viennent ensuite la valorisation via un autocollant apposé sur la vitrine du commerce (64%), via la presse locale (62%) ou encore par le biais des collectivités territoriales (60%).

III La suite ...

Cette enquête constitue un outil d'aide à la décision dans la construction d'une action de valorisation du savoir-faire des artisans de la réparation. Il faudra désormais déterminer si cette action doit s'adresser à tous les secteurs professionnels ciblés, ou bien seulement à ceux qui ont manifesté leur intérêt pour une telle démarche, ou encore à ceux dont le chiffre d'affaire réparation est supérieur à la moyenne.

Dans tous les cas, il apparaît souhaitable de travailler le projet d'action en concertation avec les syndicats professionnels concernés.

Concernant le type d'action à mener, il faut aussi s'interroger sur l'intérêt respectif des options consistant à créer un nouvel annuaire, régional et uniquement centré sur l'artisanat, ou bien à travailler en partenariat avec les collectivités ayant déjà développé ce type d'outil. Quelle que soit l'option retenue, une articulation devra a minima être trouvée.

Enfin, l'utilisation de la marque Répar'Acteurs, créée par la CMAR Aquitaine, reliée à des bonnes pratiques, et soutenue par des outils de communication appropriés (autocollant dans la vitrine, sur les véhicules, partenariat avec les collectivités et relais dans la presse) pourrait être retenue pour valoriser ces artisans. Ponctuellement, des journées portes-ouvertes ou visites d'atelier pourraient aussi être organisées.

Cela reste à construire, en lien avec les partenaires (Ademe, Conseils Généraux, collectivités), les élus des CMA et CRMA, en association avec les organisations professionnelles désireuses d'y participer.

ANNEXE 1 :
ENQUETE ET COURRIER D'ACCOMPAGNEMENT



Bruz, le 11 octobre 2013

Objet : *promotion des artisans de la réparation*
Pièce jointe : *enquête à nous retourner*

Madame, Monsieur,

Réparer fait durer et génère moins de déchets !

La Chambre Régionale de Métiers et de l'Artisanat de Bretagne, dans le cadre de son programme environnement « Envir'A », vous propose de valoriser votre métier de réparateur.

Souvent mal connus du grand public, vos savoir-faire nécessitent plus de visibilité.

Avant d'initier une action de communication, nous vous adressons cette enquête, afin de recenser au mieux vos besoins.

Participez à la promotion de votre activité de réparation : 2 minutes suffisent pour y répondre !

Glissez l'enquête dans l'enveloppe T jointe et postez le tout avant le 22 novembre.

Nous vous remercions très sincèrement par avance de votre collaboration et vous prions d'agréer, Madame, Monsieur, l'expression de nos salutations distinguées.

Le Président de la Chambre Régionale de
Métiers et de l'Artisanat de Bretagne,

Ange BRIERE

Ensemble, valorisons la réparation !

Nom de l'entreprise :
 Nom du gérant :
 Adresse :
 Code Postal-Ville :
 Tél : Fax :
 Mail : Site Internet :
 Code APE : Secteur d'activité :

Cochez le ou les cases concernant votre activité :

- | | | |
|---|--|---|
| <input type="checkbox"/> Ameublement | <input type="checkbox"/> Horlogerie/Bijouterie | <input type="checkbox"/> Photographie |
| <input type="checkbox"/> Appareil de chauffage | <input type="checkbox"/> Informatique | <input type="checkbox"/> Robinetterie |
| <input type="checkbox"/> Appareil électrique (pompes) | <input type="checkbox"/> Instrument de musique | <input type="checkbox"/> Sellerie |
| <input type="checkbox"/> Cordonnerie | <input type="checkbox"/> Jeu et jouet | <input type="checkbox"/> Téléphonie |
| <input type="checkbox"/> Coutellerie | <input type="checkbox"/> Maroquinerie | <input type="checkbox"/> TV / Hi-fi |
| <input type="checkbox"/> Décoration/Objet d'art | <input type="checkbox"/> Motoculture | <input type="checkbox"/> Textile / Vêtement |
| <input type="checkbox"/> Ebénisterie | <input type="checkbox"/> Motocycle | <input type="checkbox"/> Vélo / Cycle |
| <input type="checkbox"/> Electroménager | <input type="checkbox"/> Optique (lunettes) | <input type="checkbox"/> Autres : |
| <input type="checkbox"/> Ferronnerie (portails,...) | <input type="checkbox"/> Outillage (bricolage, jardin) | <input type="checkbox"/> Autres : |

Quelle part représente la réparation dans votre activité (en % de votre CA) ?

Comment valoriser au mieux votre métier ? Vos suggestions

	Oui	Non
✓ Signer une charte d'engagement et de bonnes pratiques puis communiquer		
- localement auprès du grand public par le biais de votre collectivité territoriale,		
- en apposant un autocollant sur votre vitrine indiquant votre engagement		
- en valorisant votre engagement dans la presse locale		
✓ Participer à des manifestations dédiées à votre métier (ex : Semaine européenne de réduction des déchets)		
- en proposant des devis gratuits		
- en proposant des réductions de tarifs		
- en proposant un autre geste commercial :		
✓ Figurer dans un annuaire des artisans de la réparation		
✓ Participer à des salons dédiés à votre métier		
✓ Autre :		

A, Le Signature :

**ANNEXE 2 :
ARTICLE ARTIMAG (N°6- OCTOBRE 2013)**

■ ENQUÊTE

**Ensemble,
valorisons
la réparation !**

C'est le sujet de l'enquête menée par la CRMA, en octobre, auprès des artisans de la réparation : cordonniers, bijoutiers, réparateurs de cycle, rempailleurs, couturiers, restaurateurs d'instrument de musique...

Objectif : valoriser les savoir-faire de ces métiers souvent mal connus du grand public et leur apporter de la visibilité.

Si vous vous sentez concerné par cette enquête et que vous n'en êtes pas destinataire,

Contactez :

Céline Albagli - Tél. : 02 23 50 15 22
albagli@crm-bretagne.fr

ANNEXE 3

Type de valorisation souhaitée par les 10 grands secteurs d'activités ayant répondu à l'enquête

Informatique	Pas de réponse	Non	Oui
Participer à des manifestations dédiées à votre métier	22%	39%	39%
Figurer dans un annuaire des artisans de la réparation	3%	4%	93%
Proposer des réductions tarifaires	27%	42%	31%
Proposer des devis gratuits	24%	30%	46%
Participer à des salons dédiés à votre métier	68%	14%	19%
Communiquer en valorisant votre engagement dans la presse locale	19%	4%	77%
Communiquer en apposant un autocollant sur votre vitrine indiquant votre engagement	14%	15%	72%
Communiquer localement auprès du grand public par le biais de votre collectivité territoriale	16%	4%	80%
Signer une charte d'engagement et de bonnes pratiques puis communiquer	54%	0%	46%

TV/Hifi - Antennes	Pas de réponse	Non	Oui
Participer à des manifestations dédiées à votre métier	40%	27%	32%
Figurer dans un annuaire des artisans de la réparation	15%	16%	69%
Proposer des réductions tarifaires	39%	45%	16%
Proposer des devis gratuits	29%	31%	40%
Participer à des salons dédiés à votre métier	82%	6%	11%
Communiquer en valorisant votre engagement dans la presse locale	31%	5%	65%
Communiquer en apposant un autocollant sur votre vitrine indiquant votre engagement	21%	5%	74%
Communiquer localement auprès du grand public par le biais de votre collectivité territoriale	24%	6%	66%
Signer une charte d'engagement et de bonnes pratiques puis communiquer	45%	5%	50%

Electroménager	Pas de réponse	Non	Oui
Participer à des manifestations dédiées à votre métier	41%	31%	28%
Figurer dans un annuaire des artisans de la réparation	21%	16%	64%
Proposer des réductions tarifaires	45%	38%	17%
Proposer des devis gratuits	38%	29%	33%
Participer à des salons dédiés à votre métier	83%	5%	12%
Communiquer en valorisant votre engagement dans la presse locale	26%	3%	71%
Communiquer en apposant un autocollant sur votre vitrine indiquant votre engagement	26%	3%	71%
Communiquer localement auprès du grand public par le biais de votre collectivité territoriale	26%	5%	69%
Signer une charte d'engagement et de bonnes pratiques puis communiquer	60%	2%	38%

Ameublement/décoration	Pas de réponse	Non	Oui
Participer à des manifestations dédiées à votre métier	21%	23%	55%
Figurer dans un annuaire des artisans de la réparation	14%	5%	80%
Proposer des réductions tarifaires	34%	41%	25%
Proposer des devis gratuits	20%	13%	68%
Participer à des salons dédiés à votre métier	70%	11%	20%
Communiquer en valorisant votre engagement dans la presse locale	20%	5%	75%
Communiquer en apposant un autocollant sur votre vitrine indiquant votre engagement	27%	5%	68%
Communiquer localement auprès du grand public par le biais de votre collectivité territoriale	21%	4%	75%
Signer une charte d'engagement et de bonnes pratiques puis communiquer	63%	5%	32%

Appareils de chauffage	Pas de réponse	Non	Oui
Participer à des manifestations dédiées à votre métier	30%	37%	33%
Figurer dans un annuaire des artisans de la réparation	24%	17%	59%
Proposer des réductions tarifaires	44%	41%	15%
Proposer des devis gratuits	41%	22%	37%
Participer à des salons dédiés à votre métier	72%	19%	9%
Communiquer en valorisant votre engagement dans la presse locale	30%	15%	56%
Communiquer en apposant un autocollant sur votre vitrine indiquant votre engagement	33%	17%	50%
Communiquer localement auprès du grand public par le biais de votre collectivité territoriale	37%	13%	50%
Signer une charte d'engagement et de bonnes pratiques puis communiquer	59%	7%	33%

Couture retouche	Pas de réponse	Non	Oui
Participer à des manifestations dédiées à votre métier	23%	38%	40%
Figurer dans un annuaire des artisans de la réparation	17%	19%	65%
Proposer des réductions tarifaires	35%	48%	17%
Proposer des devis gratuits	25%	27%	48%
Participer à des salons dédiés à votre métier	81%	8%	10%
Communiquer en valorisant votre engagement dans la presse locale	23%	13%	65%
Communiquer en apposant un autocollant sur votre vitrine indiquant votre engagement	19%	13%	69%
Communiquer localement auprès du grand public par le biais de votre collectivité territoriale	31%	15%	54%
Signer une charte d'engagement et de bonnes pratiques puis communiquer	71%	8%	21%

Horlogerie / bijouterie	Pas de réponse	Non	Oui
Participer à des manifestations dédiées à votre métier	41%	32%	27%
Figurer dans un annuaire des artisans de la réparation	8%	5%	86%
Proposer des réductions tarifaires	41%	54%	5%
Proposer des devis gratuits	27%	8%	65%
Participer à des salons dédiés à votre métier	81%	3%	16%
Communiquer en valorisant votre engagement dans la presse locale	19%	5%	76%
Communiquer en apposant un autocollant sur votre vitrine indiquant votre engagement	16%	3%	81%
Communiquer localement auprès du grand public par le biais de votre collectivité territoriale	27%	3%	70%
Signer une charte d'engagement et de bonnes pratiques puis communiquer	70%	0%	30%

Cuirs (cordonnerie/marochinerie/sellerie)	Pas de réponse	Non	Oui
Participer à des manifestations dédiées à votre métier	25%	44%	31%
Figurer dans un annuaire des artisans de la réparation	11%	22%	67%
Proposer des réductions tarifaires	31%	53%	17%
Proposer des devis gratuits	42%	25%	33%
Participer à des salons dédiés à votre métier	64%	25%	11%
Communiquer en valorisant votre engagement dans la presse locale	28%	6%	67%
Communiquer en apposant un autocollant sur votre vitrine indiquant votre engagement	19%	3%	78%
Communiquer localement auprès du grand public par le biais de votre collectivité territoriale	22%	6%	72%
Signer une charte d'engagement et de bonnes pratiques puis communiquer	53%	3%	44%

Motoculture	Pas de réponse	Non	Oui
Participer à des manifestations dédiées à votre métier	31%	28%	42%
Figurer dans un annuaire des artisans de la réparation	22%	14%	64%
Proposer des réductions tarifaires	42%	39%	19%
Proposer des devis gratuits	36%	28%	36%
Participer à des salons dédiés à votre métier	69%	25%	6%
Communiquer en valorisant votre engagement dans la presse locale	33%	11%	56%
Communiquer en apposant un autocollant sur votre vitrine indiquant votre engagement	14%	14%	72%
Communiquer localement auprès du grand public par le biais de votre collectivité territoriale	14%	14%	69%
Signer une charte d'engagement et de bonnes pratiques puis communiquer	47%	14%	39%

	pas de réponse	Non	Oui
Réparation de cycles			
Participer à des manifestations dédiées à votre métier	16%	31%	53%
Figurer dans un annuaire des artisans de la réparation	16%	3%	81%
Proposer des réductions tarifaires	34%	41%	25%
Proposer des devis gratuits	28%	31%	41%
Participer à des salons dédiés à votre métier	66%	28%	6%
Communiquer en valorisant votre engagement dans la presse locale	28%	9%	63%
Communiquer en apposant un autocollant sur votre vitrine indiquant votre engagement	25%	13%	63%
Communiquer localement auprès du grand public par le biais de votre collectivité territoriale	22%	16%	63%
Signer une charte d'engagement et de bonnes pratiques puis communiquer	59%	9%	31%