



ENQUETE PANELS D'EVALUATION DE L'IMPACT SOCIO-ECONOMIQUES DU CORONAVIRUS (COVID-19) AU CAMEROUN

Appréciation de l'impact économique sur les entreprises

Seconde Vague de collecte des données (juillet 2021)

POLICY BRIEF

OBJECTIFS ET RESULTATS ATTENDUS

L'objectif principal de l'étude est d'apprécier l'impact socio-économique de la crise sanitaire liée à la pandémie de la COVID-19 sur l'activité des entreprises. Spécifiquement, il est question, en fonction des caractéristiques clés de l'entreprise, de mesurer l'ampleur de l'impact, de comprendre l'ampleur du choc lié à l'incertitude, de disposer d'informations pour des mesures de politique, et d'analyser l'ajustement en termes de réponses des chefs d'entreprise aux difficultés liées à la pandémie et à ses effets.

METHODOLOGIE

Les conclusions tirées s'appuient sur les résultats issus de l'exploitation des données recueillies lors des entretiens téléphoniques effectués en deux vagues de collecte dont la première a été réalisée du 15 Février au 05

mars 2021 auprès d'un échantillon de 608 entreprises, et la seconde, du 21 juin au 09 juillet 2021, auprès d'un échantillon de 454 entreprises. Seules 294 entreprises ont fait l'objet des deux vagues de collecte.

Ces deux premières vagues seront complétées par une troisième, pour constituer une série de trois (03) enquêtes auprès d'un panel d'entreprises dont les résultats permettront au Gouvernement et ses partenaires impliqués de mieux orienter la stratégie nationale de réponse sociale et de relance économique dans un contexte de la COVID-19. Au terme des entretiens, l'échantillon des répondants est constitué en majorité de PME moderne (54,1%), suivi par les Unités de Production Informelles (37,5%) et les Grandes entreprises (8,4%).

En fonction des branches d'activité et de la taille des entreprises, l'analyse porte sur la performance et le cycle d'exploitation des

entreprises ; les prévisions à court terme des ventes ; la perception des chefs d'entreprises sur les politiques et mesures d'accompagnement prises par le

Gouvernement et, les mécanismes d'ajustement opérés pour faire face à la situation.

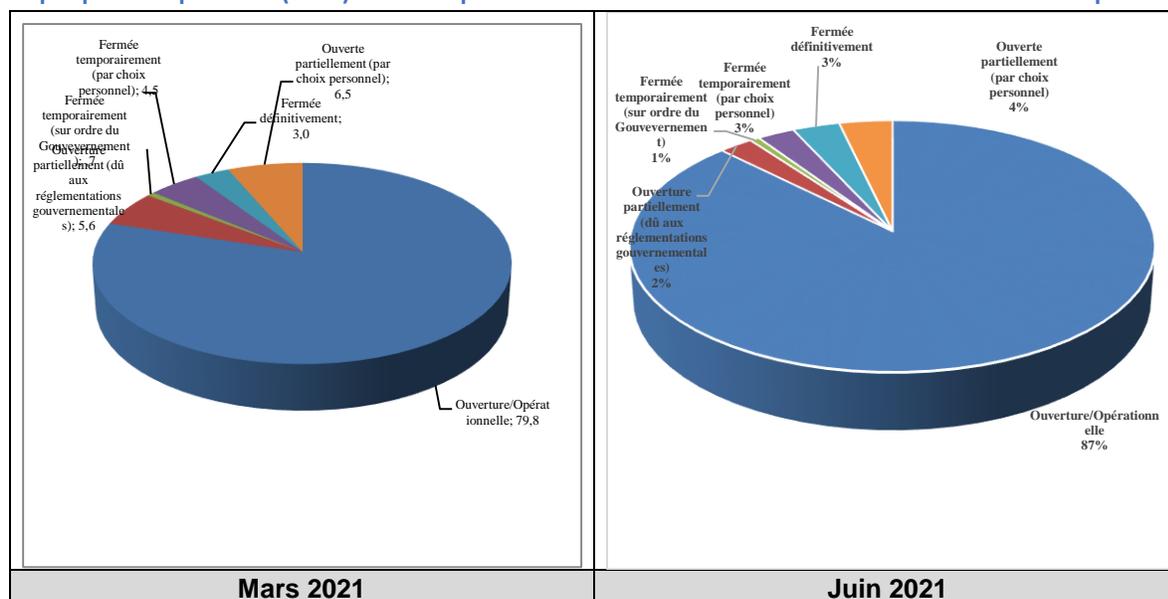
PRINCIPAUX RESULTATS

Résultat 1 : Peu d'entreprises en arrêt d'activité à cause de la COVID-19

Dans l'ensemble, très peu d'entreprises contactées (7%) sont fermées à la suite de la pandémie pour les raisons suivantes : (i) sur ordre du gouvernement 1% ; (ii) par choix personnel 3% et (iii) définitivement 3%. Près

de 87% des entreprises interviewées sont ouvertes et opérationnelles au mois de juillet 2021 tandis que cette proportion se situait à 79,8% en mars 2021. La cessation d'activité de certaines entreprises résulte principalement de l'insuffisance des ressources financières pour couvrir les coûts (48%).

Graphique 1: Répartition (en %) des entreprises suivant leur situation d'activité au moment de l'enquête



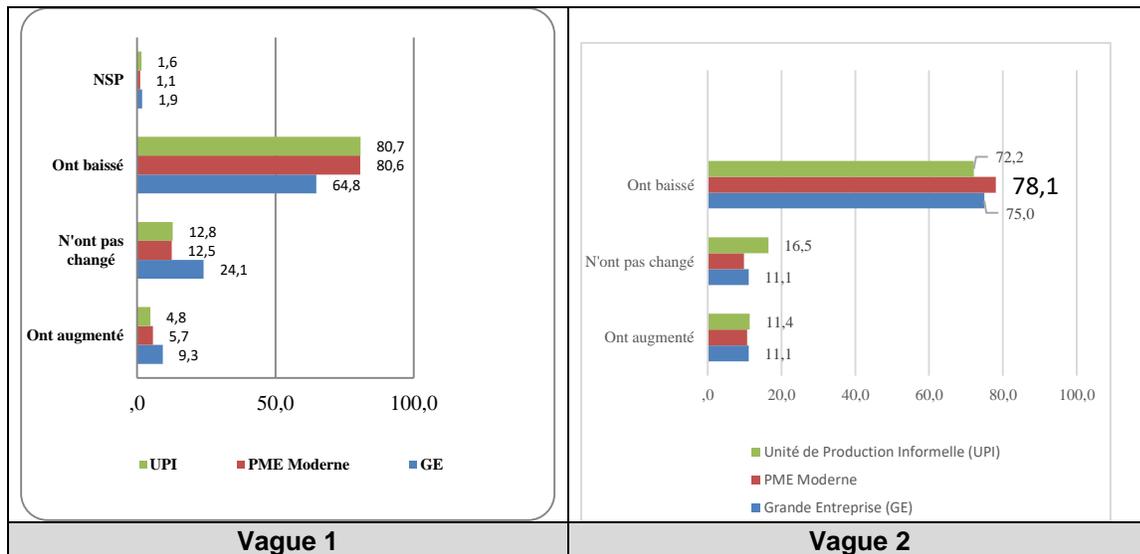
Source : EPICOVID-19, Mars et Juillet 2021

Résultat 2 : Baisse du niveau d'activité

Près de huit entreprises sur dix déclarent une baisse du niveau des ventes en 2021 au cours de 30 jours précédant l'enquête, comparativement à la même période de l'année 2020. Cette proportion varie très peu

suivant la taille de l'entreprise : UPI (72%), GE (75%) et PME (78%). Les branches d'activité les plus impactées sont la sylviculture et l'exploitation forestière (85,7%), l'industrie agroalimentaire (87,5%) et les autres industries manufacturières (80,6%).

Graphique 2 : Situation des ventes des entreprises au cours des 30 jours précédant l'enquête, comparée à la même période de l'année 2019 selon le type



Source : EPICOVID-19, Mars et Juillet 2021

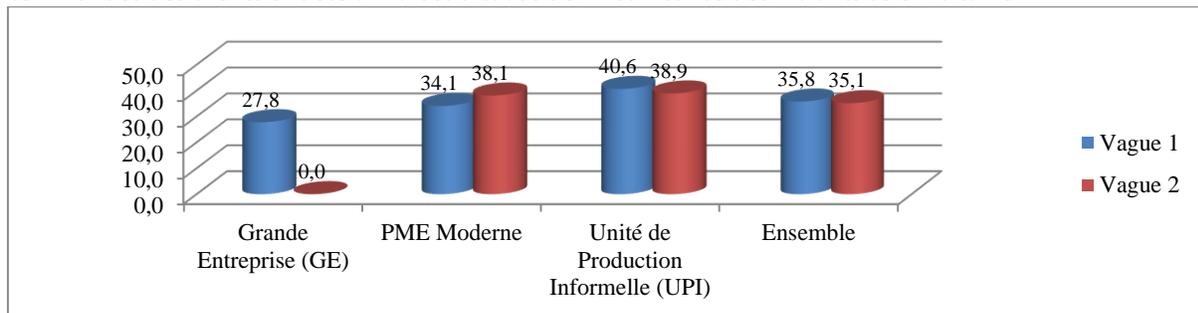
Résultat 3 : Perturbations des chaînes d'approvisionnement en intrants

La pandémie continue de perturber la chaîne d'approvisionnement des entreprises en intrants pour la production car, au cours des 30 jours précédant l'enquête, dans l'ensemble, 35,1% d'entreprises ont enregistré l'annulation des commandes des clients, pour insuffisance des intrants pour la production. Ces annulations qui concernent exclusivement les PME (38,1%) et les UPI

(38,9%), représentent en moyenne 47,1% des ventes mensuelles des entreprises concernées au mois de juillet 2021 alors qu'elles étaient de 35,1% en mars de la même année.

Bien que sept entreprises sur dix n'aient opéré aucun changement dans le but d'accroître leur production face au retard ou à l'interruption dans la livraison d'intrants, l'on note toutefois que 16,3% d'entreprises ont accru le nombre de fournisseurs locaux pour faire face à cette situation.

Graphique 3 : Pourcentage des entreprises ayant déclaré qu'au cours des 30 jours précédant l'enquête, les commandes des clients ont été annulées à cause de l'insuffisance des intrants selon la taille



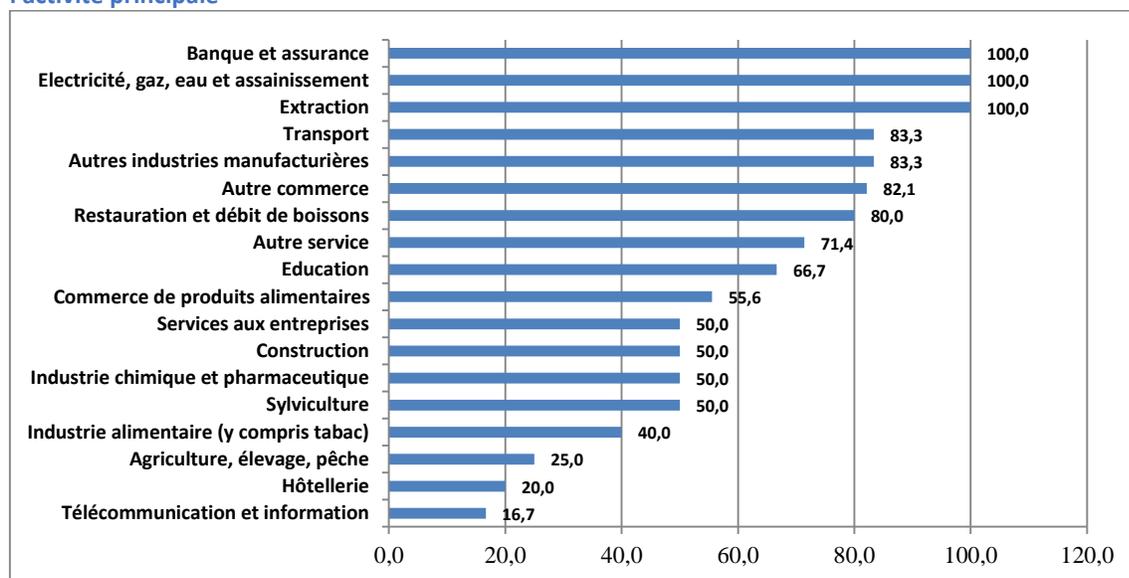
Source : EPICOVID-19, Juillet 2021

Résultat 4 : Ajustements financiers pour faire face aux difficultés financières

Face aux difficultés financières, 63,3% de chefs entreprise ayant eu besoin d'ajuster leurs termes et/ou calendrier d'emprunt ou de remboursement de crédit, ont pu restructurer leurs dettes auprès de leurs créiteurs. C'est beaucoup plus le cas des GE (90%), des UPI (70,6%) que des PME Modernes (55,8%). Par

ailleurs, les UPI sont les plus touchées par les cessations de paiement auprès de leurs fournisseurs (34,6%) et les plus victimes d'arriérés de paiement des factures par leurs clients (54,1%). Sur cette dernière question, il faut noter que la situation d'accumulation des arriérés de paiement des créances des clients entre les deux évaluations s'est empirée passant de 47,6% à la première vague à 52,3% à la deuxième vague.

Graphique 4 : Pourcentage d'entreprises ayant pu restructurer leurs dettes auprès de leurs créiteurs selon l'activité principale

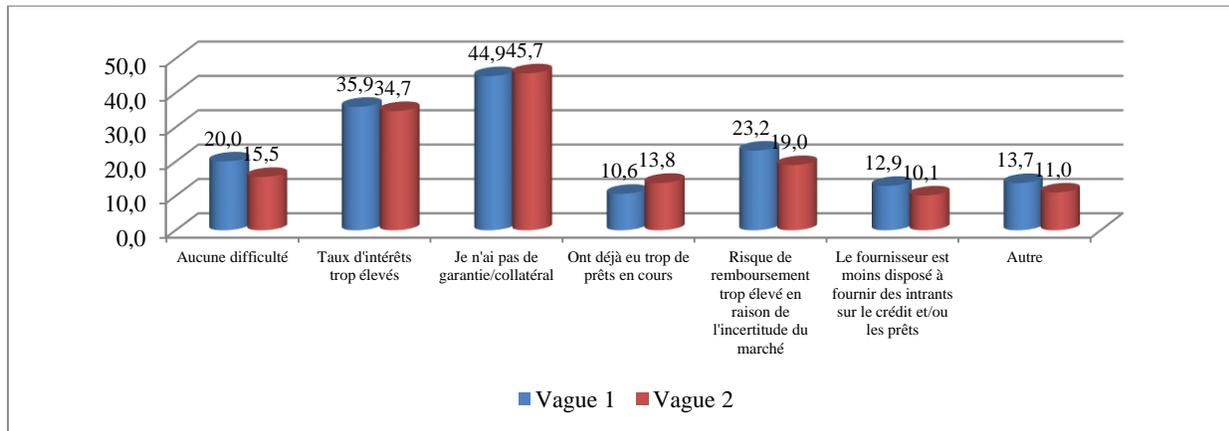


Source : EPICOVID-19, Juillet 2021

L'accès au financement demeure la principale difficulté rencontrée par les entreprises. En effet, 45,7% et 34,7% des chefs d'entreprises

ont énuméré, respectivement le manque de garantie et les taux d'intérêt trop élevés comme étant les principaux obstacles pour accéder au financement lors de la deuxième évaluation.

Graphique 5 : Répartition des entreprises selon les principales difficultés rencontrées pour accéder au financement selon la taille



Source : EPICOVID-19, Mars et Juillet 2021

Résultat 5 : Soutien aux entreprises pour la résilience et la relance des activités

S'agissant des mesures de soutien mises en œuvre par le Gouvernement pour faire face à la pandémie, les PME (47,1%) et les UPI

(47,1%) sont les plus concernées. Les PME Modernes bénéficiant d'exemptions fiscales et de subventions tandis que les UPI ont essentiellement bénéficié d'accompagnement dans le processus d'adoption et de mise en place des protocoles de santé.

Tableau 1 : Proportion (%) d'entreprises bénéficiaires des mesures d'accompagnement, par nature et par cycle d'enquête

Type de mesure de soutien	Proportion (%)	
	Mars 2021	Juin 2021
Autres mesures d'appui	20,0	32,4
Exemptions fiscales, réduction d'impôts ou reports d'impôts	30,7	29,4
Soutien pour l'adoption d'un protocole de santé	24,0	29,4
Subventions	26,7	20,6
Report de paiement	22,7	2,9
Soutien pour l'adoption de technologie numérique	5,3	0,0
Soutien pour améliorer les compétences en gestion afin de réduire les coûts	2,7	0,0
Soutien pour améliorer la commercialisation et/ou reconditionner le produit	1,3	0,0
Accès à de nouveaux crédits ou prêts	1,3	0,0
Subventions salariales	0,0	0,0

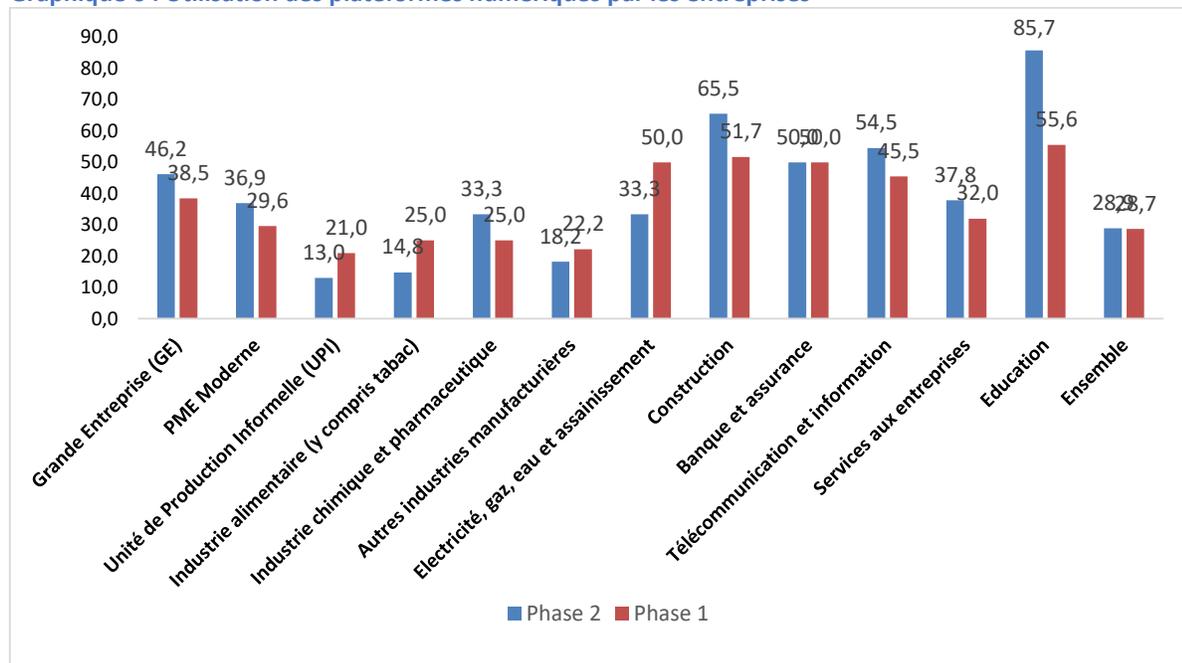
Source : EPICOVID-19, Mars et Juillet 2021

Résultat 6 : Accroissement de l'utilisation des plates formes digitales et des réseaux sociaux

L'accroissement de l'utilisation des plateformes numérique a été observée dans les Grandes Entreprises (46%), suivie par les PME (37%) et les UPI (13%). Suivant le secteur d'activité, toutes les entreprises de banque et assurance ont augmenté l'utilisation des plateformes numérique pour le paiement en ligne. Les activités de l'éducation (85,7%), de télécommunication (54,5%), de l'intermédiation financière (50%) ont aussi davantage fait recours à ces outils numériques.

Après la survenue de la COVID-19, plus de 3 entreprises sur 10 ont déclaré avoir commencé à utiliser ou augmenter l'utilisation des plateformes digitales pour le e-commerce. Les GE (38,2%) et les ME (36,9%) sont celles au sein desquelles cette pratique est plus accentuée. L'on note en outre que plus d'un tiers d'entreprises (30,4%) déclarent avoir augmenté leur l'utilisation des réseaux sociaux pour le marketing. Cette situation concerne beaucoup plus les GE (35,3%) et les PME (35,4%) que les UPI (19,3%).

Graphique 6 : Utilisation des plateformes numériques par les entreprises



Source : EPICOVID-19, Juillet 2021

CONCLUSION

En conclusion, l'on retient que l'impact de la COVID-19 sur les entreprises reste important, avec une ampleur contrastée selon la taille de l'entreprise et le secteur/branche d'activité. Face à la persistance de cette pandémie et de ses effets, de nombreuses entreprises font face à des difficultés d'approvisionnement en intrants avec pour conséquence une baisse de leur production et par ricochet des ventes.

Ces différents facteurs négatifs expliquent sans doute la dégradation de la situation financière de plusieurs entreprises.

RECOMMANDATIONS

Recommandation 1 : Développer les chaînes d'approvisionnement locales en intrants

Promouvoir le développement d'une industrie locale capable de combler les besoins en approvisionnement d'intrants des entreprises nationales afin de rendre le

marché moins vulnérable aux chocs extérieurs.

Recommandation 2 : Aider les entreprises à satisfaire leurs besoins financiers

Améliorer les procédures de financement des besoins financiers de ces entreprises, dans le but de renforcer leur résilience et de faciliter la relance des activités, est central dans cette perspective.

Recommandation 3 : Faciliter l'accès aux plates formes digitales et réseaux sociaux

En outre, l'utilisation des plateformes digitales, des réseaux sociaux pour le e-commerce, le marketing, le développement de nouveaux produits et le paiement en ligne sont des initiatives à encourager et à soutenir, car la plupart des entreprises s'y orientent. Les pouvoirs publics devront les y accompagner en rendant plus accessibles ces outils aux entreprises et aux consommateurs que sont les ménages.