

# Rapport 2023 sur les dépenses

FORBRUG OG ØKONOMI 2023

DEN NYE STANDARD FOR

VIRKSOMHEDERNES

FINANSIELLE BESLUTNINGER

THE STATE OF SPENDING 2023

THE NEW NORMAL OF BUSINESS FINANCE

EL ESTADO DEL GASTO EN LAS

EMPRESAS EN 2023

LA NUEVA NORMALIDAD DE LAS

FINANZAS EMPRESARIALES

DE STAAT VAN UITGAVEN

HET NIEUWE NORMAAL VAN

BEDRIJFSFINANCIËN

UNTERNEHMEN UND IHR

WIRTSCHAFTLICHEN

DIE NEUE REALITÄT DER

UNTERNEHMENSFINANZEN

ICR 7/CEI 9/CONADE 2023

SÅ BLIR DEN NYA BALANSEN

REPORT

[FR]

# La nouvelle norme en matière de finance d'entreprise

PLEO

# TABLE DES MATIÈRES

PRÉFACE	Une année à oublier	3
CHAPITRE 1	Une période incertaine comme facteur d'opportunités ?	4
CHAPITRE 2	Dépenser comme si son avenir en dépendait	7
CHAPITRE 3	Une gestion des dépenses plus intelligente	14
CHAPITRE 4	Choc culture	19
CONCLUSION	2023 sera l'année de...	22
	Methodologie & sources	25
	À propos de Pleo	26

# 2022 A ÉTÉ DIFFICILE, MAIS NOUS AVONS DES RAISONS DE GARDER ESPOIR

Jeppé Rindom,  
PDG et co-fondateur, Pleo

Ce n'est un secret pour personne : nous sortons d'une année faite de hauts et de bas. En France, le Président Macron a remporté son second mandat et a dû gérer des tensions politiques, la candidature d'une Silicon Valley européenne et des crises énergétiques persistantes. L'incertitude autour du coût de la vie et la hausse des coûts d'exploitation a même obligé certaines entreprises à annuler leurs fêtes de Noël !

**18 % DES PME FRANÇAISES ONT SUPPRIMÉ LES PRIMES DE NOËL**

**24 % ONT ANNULÉ LES FÊTES DE BUREAU**

**20 % ONT RENONCÉ AUX CADEAUX DE NOËL POUR LES EMPLOYÉS CETTE ANNÉE**

Fig. 1

Malgré cela, les chefs d'entreprise et les sociétés sont solidaires et se mobilisent pour faire face à ce qui s'annonce comme une période d'incertitude économique.

Par rapport à la situation générale en Europe, les perspectives de la France ne sont certainement pas aussi sombres. Les prévi-

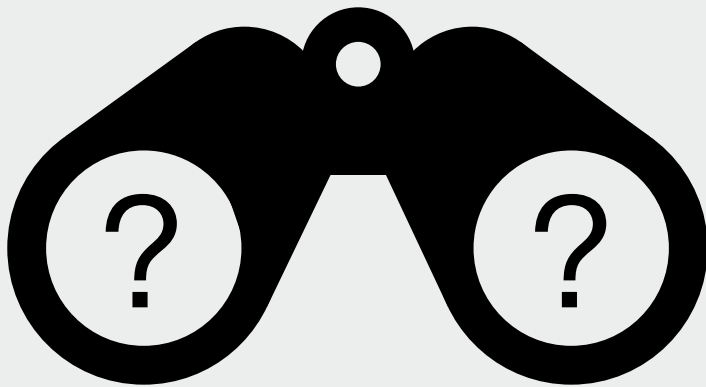
sions montrent qu'il est peu probable que le pays connaisse une inflation à deux chiffres, tandis que sa croissance, même modeste, offre de meilleures perspectives que celle de ses voisins. Ce sont des signes positifs à l'horizon 2023, mais il y aura certainement des défis à relever et une nouvelle année incite les entreprises à se préparer et à accroître leur résilience face à un certain nombre de facteurs qui pourraient autrement avoir des conséquences néfastes.

Dans ce contexte, Pleo s'est adressé à plus de 3 500 décideurs de PME, en France, mais aussi en Espagne, au Royaume-Uni, en Allemagne, au Danemark, en Suède et aux Pays-Bas.

L'objectif ? Comprendre les dépenses actuelles des entreprises, et explorer leurs frustrations, leurs aspirations, leurs réductions de coûts, et la réponse à leurs attentes en matière de dépenses.

Nous espérons que ce rapport vous donnera un aperçu sur la manière dont les entreprises ont surmonté l'année 2022 et prévoient d'en faire autant en 2023. Dans un monde en pleine mutation, où les habitudes de consommation, les transformations du lieu de travail et les changements culturels évoluent rapidement, voici votre guide pratique sur la nouvelle norme de la finance d'entreprise.

# Chapitre 1: Une période incertaine comme facteur d'opportunités ?



1.

# UNE PÉRIODE INCERTAINE COMME FACTEUR D'OPPORTUNITÉS ?

Fig. 2:  
La perspective financière n'est pas claire

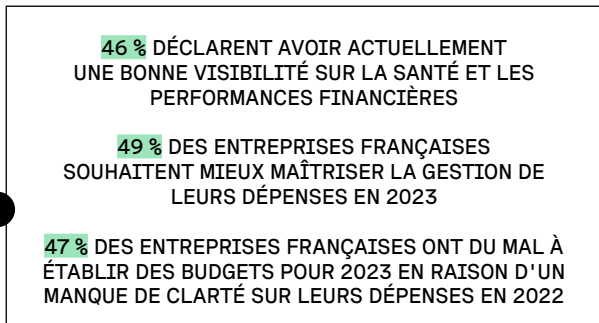
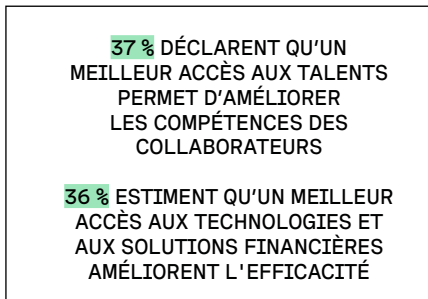


Fig. 3:  
Qu'est-ce qui permettrait de réduire les  
coûts pendant cette période difficile ?



Que la récession devienne ou non une réalité, l'économie est déjà morose et laisse présager 12 mois compliqués. La récession a été une des plus grandes peurs pour les marchés en 2022 et est bien partie pour en faire de même cette année. En effet, les entreprises cherchent actuellement à se protéger avant que la crise ne frappe.

En France, moins de la moitié (41 %) des entreprises s'estiment prêtes pour une possible récession ; et cette tendance est la même partout en Europe : par exemple ce chiffre n'atteint que 47 % en Suède. Il est donc clair que les perspectives des entreprises rencontrent de sérieuses difficultés sur le plan financier.

Avec moins de la moitié des entreprises françaises qui déclarent avoir un niveau élevé de visibilité et de contrôle sur leurs dépenses, il n'est pas étonnant que seules 41 % se décrivent comme prêtes pour la récession. La visibilité et le contrôle ne sont pas meilleurs dans les autres pays européens, avec un pic à 52 % en Suède et un taux minimum de 37 % en Allemagne.

Néanmoins \*soyons optimistes\*, c'est là que réside l'opportunité. Il existe potentiellement une mine de données et d'informations sur les dépenses des entreprises qui, pour une raison ou une autre, ne sont pas utilisées par les organisations françaises et n'apportent pas la valeur ajoutée dont celles-ci ont tant besoin.

En moyenne, les personnes interrogées en France ne prévoient que cinq mois supplémentaires d'activité, et ce, en bénéficiant d'aides financières telles que les initiatives des collectivités locales, le plafonnement des prix, les allègements fiscaux, les prêts privés et les réserves de liquidités des patrons et des investisseurs. Pourtant, lorsqu'on leur demande combien de temps elles pensent que l'incertitude économique actuelle va durer, la plupart des entreprises répondent plus d'un an.

Les organisations elles-mêmes sont alors incitées à mettre en place un système garantissant une meilleure santé de l'entreprise sur le long-terme. Et, comme nous l'avons vu, cela passe par une meilleure visibilité sur l'ensemble des dépenses.

La visibilité des dépenses n'est pas au niveau de ce qu'elle devrait être en 2023 et la plupart des entreprises sont à la recherche de solutions technologiques faciles à utiliser qui leur permettent de gagner du temps et de l'argent.

La Vision  
de Pleo



"En regardant l'année à venir avec optimisme, se pourrait-il que cette période d'incertitude soit source d'opportunités ? Le fait que 49 % des entreprises souhaitent améliorer leur gestion des dépenses en 2023 démontre la motivation de se préparer à la récession. La mise à jour de la structure financière interne ne dépend pas seulement de sa capacité à surmonter cette période compliquée, c'est aussi une question de compétitivité dans une période d'incertitude. En réduisant leurs coûts fixes pour avoir un compte de pertes et profits (profit and loss account ou P&L) sain, elles peuvent absorber et s'adapter beaucoup mieux aux changements de circonstances, qu'il s'agisse d'une potentielle récession ou de croissance. Cela pourrait être la solution pour rester à la fois suffisamment agile et atteindre des objectifs ambitieux."

ALVARO DEXEUS, DIRECTEUR GÉNÉRAL POUR L'EUROPE DU SUD, PLEO

"En cette période de vulnérabilité économique, les entreprises cherchent des moyens de réduire les coûts et de rationaliser leurs opérations. Les dépenses exubérantes de ces dernières années ont conduit à des opérations inefficaces dans certains cas. La visibilité assurée par les solutions modernes de gestion des dépenses est aujourd'hui primordiale pour les entreprises bien dirigées."

MERRITT HUMMER, PARTNER, BAIN CAPITAL VENTURES

# Chapitre 2: Dépenser comme si son avenir en dépendait



# DÉPENSER COMME SI SON AVENIR EN DÉPENDAIT

*Malgré un manque de préparation à la récession, qu'est-ce qui est à l'ordre du jour des entreprises en 2023 ?*

Fig. 4:  
Quelles sont les ambitions des entreprises françaises en 2023 ?

## CROÎTRE



## AMELIORER



## STABILISER





Pour la majorité des entreprises françaises, comme pour celles de toute l'Europe, les 12 prochains mois offrent un aperçu plutôt optimiste. Bien que le contexte professionnel actuel soit caractérisé par la survie plus que par la croissance, de nombreux répondants à l'enquête ont déclaré qu'ils visaient une croissance des revenus, l'ouverture de nouveaux bureaux et de nouvelles offres de produits. Cela pourrait être influencé par le fait que la France continue d'attirer les investissements de capital-risque, juste derrière le Royaume-Uni.

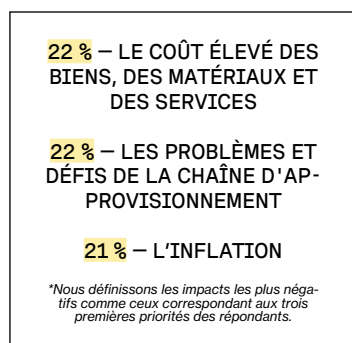
Pour atteindre ces objectifs, des améliorations sont bien sûr nécessaires, notamment en matière d'efficacité et de culture d'entreprise. Une certaine stabilité est également indispensable – que les turbulences proviennent de la croissance ou des difficultés économiques actuelles.

Ce qui risque de nuire à ces efforts, c'est le coût élevé des biens,

des matériaux et des services, les problèmes et défis de la chaîne d'approvisionnement, ainsi que l'inflation, ces trois facteurs étant cités comme les plus susceptibles d'avoir un impact négatif sur l'activité des entreprises en 2023. Ainsi, les entreprises françaises prévoient une augmentation mensuelle des prix d'un peu plus de 6 000 € au cours du premier trimestre 2023.

Et n'oublions pas non plus les clients. Le monde des affaires français est un écosystème, et à chaque difficulté rencontrée par votre entreprise, il y a de fortes chances que vos clients le ressentent aussi. Pour cette raison, la stabilité des clients et des portefeuilles n'est plus ce qu'elle était et, à l'instar de la pandémie, les perspectives sont préoccupantes quant à la manière dont les clients réduiront leurs dépenses dans les mois à venir.

*Fig. 5:  
Quels sont, selon les entreprises, les impacts les plus négatifs\* à l'horizon 2023 ?*



*Fig. 6:  
Comment vos clients ont-ils réagi à la crise économique actuelle ?*

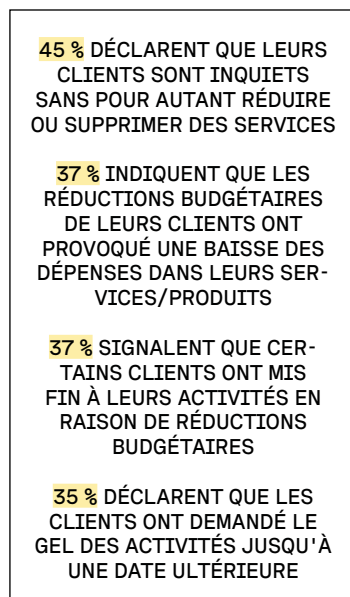


Fig. 7:  
Où les PME françaises vont-elles augmenter  
et réduire leurs dépenses en 2023 ?

PAR RAPPORT À LA SITUATION GÉNÉRALE EN EUROPE,  
LES PME FRANÇAISES SONT APPELÉES À **RÉDUIRE LEURS  
DÉPENSES DANS** PRATIQUEMENT TOUS LES SEGMENTS DE  
LEUR ACTIVITÉ, PLUS QUE DANS TOUTE AUTRE RÉGION.

*Nous avons sélectionné les catégories listées ci-des-  
sous, dans chaque colonne, en fonction de la majorité des  
réponses par catégorie*

FRANCE

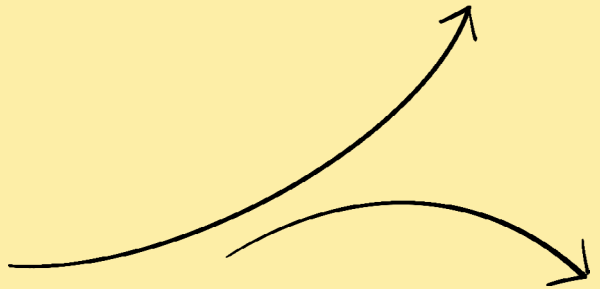
AUGMENTATION ↑ <i>(par ordre de priorité)</i>	RÉDUCTION ↓
Abonnements <i>(tels que les applications et les logiciels)</i>	Voyages d'affaires internationaux
	Formation des employés
	Marketing
	Espace de bureau
	Recrutement
	Bonus des employés
	Cadeaux aux employés
	Cybersécurité
	Activités extra-professionnelles
	Infrastructure technologique
	Avantages sociaux <i>(y compris la mutuelle et les indemnités de déplacement)</i>
	Promotion des employés
	Voyages d'affaires sur le territoire national
Salaire des employés	

Fig. 7:  
Où les PME françaises vont-elles augmenter  
et réduire leurs dépenses en 2023 ?

RÉSULTATS DANS L'ENSEMBLE DES PAYS

AUGMENTATION ↑ <i>(par ordre de priorité)</i>	REDUCTION ↓ <i>(par ordre de priorité)</i>
Cybersécurité	Cadeaux aux employés
Formation des employés	Bonus des employés
Marketing	Voyages d'affaires internationaux
Recrutement	Espace de bureau
Avantages sociaux <i>(y compris la mutuelle et les indemnités de déplacement)</i>	
Promotion des employés	
Infrastructure technologique	
Salaire des employés	
Voyages d'affaires sur le territoire national	
Abonnements <i>(tels que les applications et les logiciels)</i>	
Activités extra-professionnelles	

2023 sera une année de croissance. Cependant, les coupes budgétaires sporadiques laissent présager l'absence de stratégie financière solide, ce qui pourrait avoir l'effet inverse sur le développement des entreprises.



"En 2023, les entreprises devront stimuler une croissance efficace, habiliter leurs collaborateurs et fidéliser leurs clients. Les conclusions de notre rapport sont alignées sur les attentes des directeurs financiers, à savoir le besoin de solutions pour économiser de l'argent, le contrôle granulaire des dépenses, l'accès à des informations en temps réel sur les dépenses afin de prendre des décisions d'investissement agiles et le déchargement des collaborateurs des tâches chronophages liées à la gestion des dépenses. En effet, les entreprises sont prêtes à augmenter leurs dépenses dans de nombreux domaines, de la cybersécurité aux activités sociales des collaborateurs. Les dépenses globales semblent irrégulières, probablement en raison de l'évolution rapide des besoins dans un contexte commercial instable, comme le montrent les différents silos au sein des entreprises. Ce rapport peut aider les directeurs financiers à concentrer les investissements sur un nombre réduit de domaines clés et faire la différence sur les enjeux fondamentaux."

ARUN MANI, CHIEF REVENUE OFFICER, PLEO

“L’industrie de la publicité a été frontalement impactée par le contexte économique. Pour 2023 nous visons une légère croissance mais nous prévoyons qu’elle sera moins importante que celle de l’année 2022 qui, pour le coup, s’est soldée par une croissance à 3 chiffres dans un contexte post-covid favorable à la reprise économique. Pour parvenir à cette croissance nous allons diversifier nos offres, nos expertises ainsi que notre portefeuille client qui étaient jusqu’à présent très focalisées sur les start-up. Nous allons aussi continuer à travailler main dans la main avec les agences média pour établir des plan médias moins mass-market, qui sont très onéreux, en explorant des emplacements tactiques et programmatiques pour afficher le bon message à la bonne audience au bon moment. Enfin, nous continuerons à mettre autant d’intensité de création dans les campagnes que nous réalisons pour nos clients, nous voulons avoir autant d’exigences créatives pour un spot TV que pour un spot social.”

CLIENT PLEO: VALENTIN FERTILLET, CEO AND CO-FOUNDER,  
SOCIALCLUB

# Chapitre 3: Une gestion des dépenses plus intelligente



3.

# UNE GESTION DES DÉPENSES PLUS INTELLIGENTE

Un sentiment de panique financière envahit actuellement le paysage économique français. À première vue, les réductions et les augmentations ne sont pas influencées par une stratégie financière globale. La visibilité sur les dépenses semble même inexistante, ce qui laisse à penser que la majorité des entreprises françaises avancent à tâtons. Pour évoluer au sein d'une conjoncture économique incertaine, certaines entreprises s'appuient sur les capacités en matière de gestion financière de leurs directeurs financiers (DAF). En effet, 98 % des entreprises françaises affirment que le rôle du DAF a évolué pour s'adapter au contexte actuel.

Grâce à son expertise stratégique, le DAF est en mesure de suivre et d'accompagner de nombreux

domaines de l'entreprise. Il peut notamment donner des conseils sur la compétitivité des prix et la rentabilité des produits et analyser l'allocation et la validation des budgets marketing.

Tandis que le contexte actuel a significativement fait évoluer le rôle du DAF, seules 23 % des entreprises françaises ont vu ce dernier devenir un partenaire commercial plus stratégique. Aujourd'hui, la façon dont l'argent est gagné et dépensé est crucial mais il est inquiétant de constater que le DAF n'est pas encore un copilote dans toutes les entreprises.

Les entreprises peuvent se demander qui dirige l'équipe financière si le DAF passe désormais plus de temps à gérer d'autres aspects. Nous sommes convaincus que le DAF ne doit pas passer sa journée à s'occuper

Fig. 8:  
L'évolution du rôle du directeur financier

98 % DES ENTREPRISES FRANÇAISES AFFIRMENT QUE LE RÔLE DU DAF A CHANGÉ			
Les domaines dans lesquels les DAF mettent plus souvent leurs compétences à profit au sein des entreprises françaises			
PRODUIT	OPÉRATIONS	CONFORMITÉ/ LÉGAL	MARKETING

des détails de la gestion des dépenses pour pouvoir se concentrer sur la définition de la stratégie. Malheureusement, dans certains cas, ils ne font ni l'un ni l'autre et sont paradoxalement à la fois très demandés et sous-utilisés.

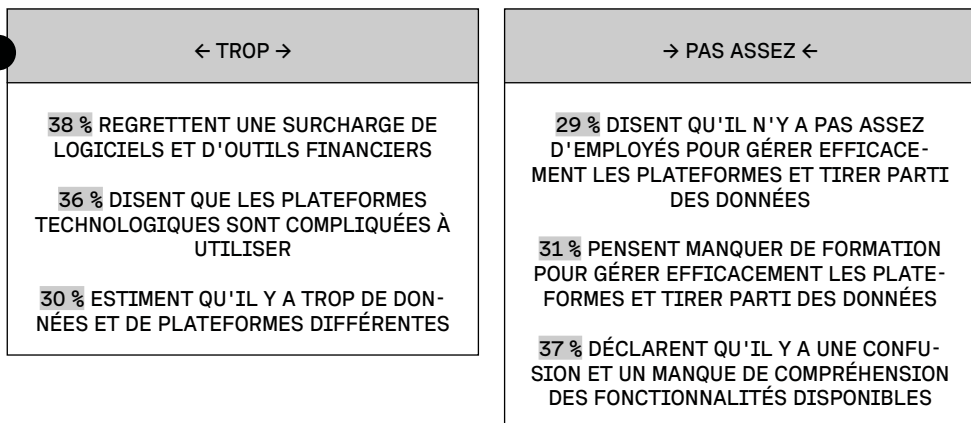
Pour s'assurer que les DAF apportent une plus-value et que la visibilité de l'entreprise sur la gestion financière n'en souffre pas, les entreprises doivent redoubler d'efforts pour leur donner la liberté nécessaire pour aiguiller l'entreprise dans une conjoncture économique difficile. Au vu des résultats de notre enquête, la solution pourrait se trouver dans la technologie. En effet, en questionnant les entreprises sur les raisons qui les empêchent de gérer les processus financiers et d'améliorer la visibilité sur

les dépenses, on constate qu'il manque un outil unique et facile à utiliser.

Pour que les entreprises atteignent cette année leurs objectifs ambitieux en matière de revenus et de croissance, ou qu'elles puissent au moins maintenir le cap et traverser cette période difficile, elles ont besoin d'une solution de gestion des dépenses permettant au DAF de piloter la stratégie et donner aux collaborateurs l'autonomie nécessaire pour gérer leurs dépenses.

Fig. 9:

*Quels sont les défis auxquels les entreprises françaises sont confrontées lorsqu'elles gèrent plusieurs processus ou entités financières ?*





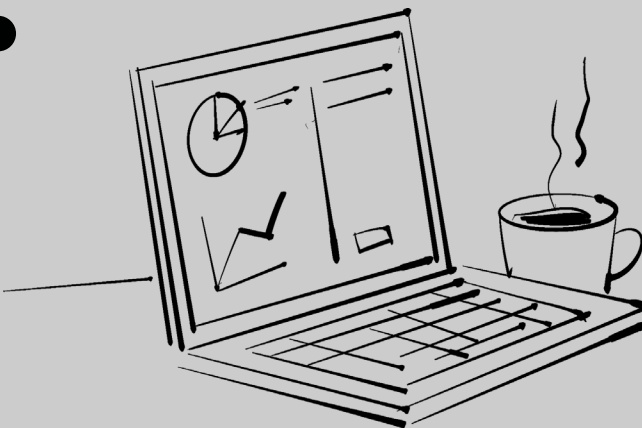
Des plateformes faciles à prendre en main favorisent une meilleure gestion des dépenses pour les entreprises, en responsabilisant les équipes et en évitant d'alourdir la charge de travail du directeur financier.

"Le marché a évolué en raison de l'incertitude liée au Covid, à l'explosion du commerce électronique post-Covid, et désormais à la menace d'une situation financière instable. Les DAF et les équipes financières ont un rôle essentiel à jouer pour renforcer la capacité de l'entreprise à agir de manière proactive, à obtenir un retour d'information rapide sur les facteurs de performance et apporter les ajustements nécessaires à la stratégie et aux activités de l'entreprise. Les résultats de notre rapport soulignent les nombreux défis à relever et démontrent qu'il est essentiel d'assurer une visibilité permanente des performances de l'entreprise et de fournir des informations exploitables. C'est le moment idéal pour que les entreprises puissent réfléchir aux questions qui ne semblent pas prioritaires telles que la réduction des dépenses inutiles. Toutefois, il est important de mettre en place un système évolutif qui évite le travail manuel fastidieux grâce à des processus efficaces et rationalisés. De cette façon, votre équipe reste agile et productive, et vous obtiendrez en temps réel les données vous permettant de faire des prévisions précises et vous démarquer."

ANITA SZAREK, CHIEF FINANCIAL OFFICER, PLEO

"La multitude de solutions disponibles sur le marché pour nos directeurs financiers peut être décourageante. Nous invitons les équipes financières à identifier les principaux points bloquants de leur activité puis rechercher les outils capables de les résoudre. Vous n'avez pas besoin de milliers de solutions, mais de deux ou trois solutions appropriées. Si vous ne savez pas par où commencer, demandez à vos équipes de quantifier le nombre d'heures qu'elles consacrent à chaque tâche. À partir de là, vous aurez une idée concrète de la situation globale et des tâches chronophages pour vos collaborateurs. En trouvant la solution adéquate pour y remédier, vous ferez gagner un temps précieux à votre équipe, ce qui apportera une réelle valeur ajoutée à l'entreprise."

ÁLVARO DEXEUS, DIRECTEUR GÉNÉRAL POUR L'EUROPE DU SUD, PLEO



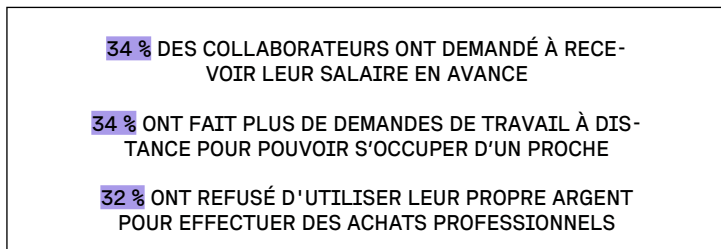
# Chapitre 4: Choc culturel



4.

# CHOC CULTUREL

Fig. 10:  
Comment les collaborateurs ont-ils réagi à la crise économique ?



On parle souvent des conséquences de l'incertitude du coût de la vie sur les dépenses, sur les rôles au sein des entreprises et sur la capacité de planification de ces dernières, mais qu'en est-il de son influence sur la culture du travail ? Même avec la meilleure stratégie de dépenses possible, sans une culture du travail solide, les entreprises ne parviendront pas à atteindre leurs objectifs de 2023 et elles mettront leurs équipes à rude épreuve, elles qui sont déjà confrontées à l'incertitude du coût de la vie.

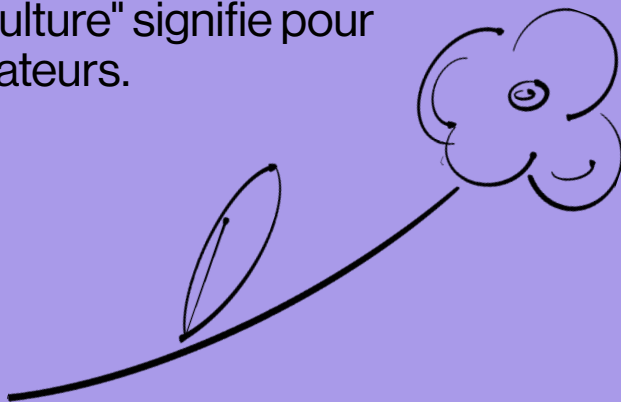
92 % des entreprises françaises estiment que le coût de la vie affecte leur culture d'entreprise. La conséquence la plus notable est l'augmentation du nombre de collaborateurs qui choisissent de télétravailler en raison du coût élevé des déplacements mais qui peuvent alors voir leur relation avec leur équipe se détériorer. Une donnée particulièrement intéressante étant donné que les actifs français, même pendant le Covid, n'ont pas massivement eu recours au télétravail, avec seulement 14 % d'entre eux déclarant travailler à distance deux à trois jours par semaine au début de 2022.

Les entreprises françaises doivent faire plus pour affirmer leur soutien à leurs équipes tant la manière dont elles dépendent, ou plutôt, ne

dépendent pas, peut avoir un impact significatif sur la culture du travail. Ainsi, les entreprises en viennent à repenser complètement la culture du lieu de travail. Finies les tables de ping-pong, les entreprises troquent les petits cadeaux pour donner aux collaborateurs ce qu'ils veulent vraiment, notamment des avantages sociaux, des formations ou encore le remboursement des déplacements. Cependant, la France reste à la traîne dans cette transformation globale de la culture des entreprises avec seulement 32 % d'entre elles qui souhaitent proposer plus de formations cette année. Pire encore, la majorité des entreprises françaises diminuent ce type de dépenses et s'exposent au risque de voir leurs collaborateurs se démotiver et assister à une fuite des talents plus que jamais indispensables. En améliorant la culture du lieu de travail, les entreprises françaises peuvent augmenter leurs bénéfices en s'appuyant sur des collaborateurs plus épanouis et productifs.

La culture d'entreprise est l'une des grandes victimes de l'augmentation du coût de la vie. Les entreprises doivent y consacrer davantage de moyens et définir clairement ce que la notion de "culture" signifie pour leurs collaborateurs.

La Vision  
de Pleo



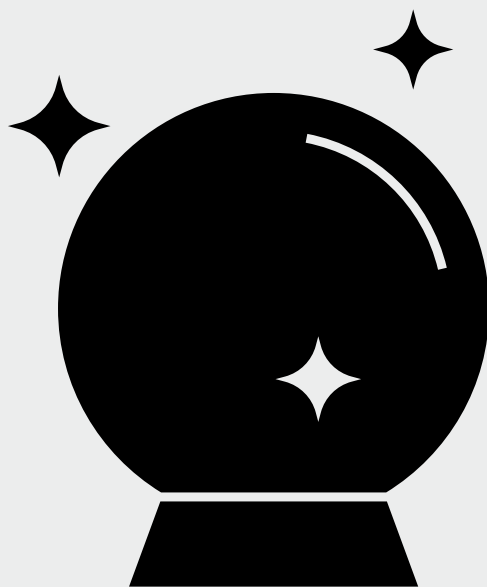
"Nous constatons que la culture du travail a été reléguée au second plan par les entreprises qui doivent faire face à des plus gros problèmes comme l'inflation et une potentielle récession. Par ailleurs, l'évolution du marché a également eu un impact négatif sur la culture de Pleo. Cependant, la culture du travail demeure essentielle pour retenir les talents en cette période mouvementée, car elle permet de garder les collaborateurs motivés et engagés.

Un des points positifs du Chapitre 2 du rapport est que les entreprises européennes cherchent à miser davantage sur leurs collaborateurs en augmentant les dépenses en formation et en avantages sociaux. Pourtant, seulement 21 % des entreprises françaises déclarent vouloir investir pour améliorer la culture d'entreprise.

À l'heure où la confiance, la bienveillance et la transparence sont remises en question par les conditions du marché, la direction des ressources humaines doit en priorité créer un environnement sûr où les collaborateurs peuvent s'épanouir et donner le meilleur d'eux-mêmes. Les employeurs doivent donc être compréhensifs vis-à-vis des besoins des collaborateurs afin que les équipes puissent exprimer pleinement leur potentiel. En leur garantissant un environnement de travail sûr et sain, les collaborateurs n'ont plus d'obstacles à surmonter pour faire du bon travail."

JESSIE DANYI, BELONGING & IMPACT LEAD, PLEO

# Conclusion: 2023 sera l'année de...



Bonne nouvelle, 2023 peut être une grande année. Voici les prédictions des entreprises françaises :

problèmes financiers, les entreprises ne survivront pas à 2023.

Nos recherches montrent que trop peu d'entreprises ont une visibilité claire sur leur santé et leurs performances financières. Si le pourcentage d'entreprises françaises disposant d'une bonne visibilité est supérieur à la moyenne européenne, il reste tout de même inférieur à 50 %. Pour remédier à cette situation, les entreprises restantes doivent disposer d'un meilleur accès à la technologie financière de sorte à être plus transparentes, à mieux piloter leur stratégie financière et à renforcer leur résilience. Il n'y a plus de temps à perdre ! Seulement 41 % des entreprises françaises se sentent prêtes pour une possible récession alors que nous sommes déjà entrés dans une période d'incertitude économique.

**L'ACCÉLÉRATION DE LA  
TRANSFORMATION NUMÉRIQUE**

**L'INFLATION ET LA SÉCURISATION DE LA  
CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT**

**UNE ADAPTATION SANS PRÉCÉDENT**

Fig. 11

En se penchant sur ces prévisions, on se rend compte qu'une forte capacité d'adaptation est essentielle pour accélérer la transformation numérique, s'adapter à l'inflation et renforcer la sécurité de la chaîne d'approvisionnement. Les entreprises doivent privilégier les solutions technologiques efficaces et faciles à utiliser afin que leur adoption puisse se faire plus largement. En effet, si elles ne règlent pas rapidement leurs

"À l'approche de la fin de ce rapport, un mot devrait vous sauter aux yeux : opportunité. Il vous fera peut-être sourciller, mais la survie est avant tout une question d'attitude. Essayons de tourner à notre avantage les conditions défavorables du marché auxquelles nous sommes confrontés. Ces dernières peuvent nous rendre plus matures, développer notre capacité de résilience, faire émerger de nouvelles manières de fonctionner et de meilleurs processus de prise de décision.

Que votre marché soit entré en récession technique ou non, il est d'ores et déjà évident que la plupart des entreprises vont se serrer la ceinture en cherchant à réduire leurs coûts. Nous devons être plus sélectifs dans nos investissements et définir des priorités pour nous concentrer davantage sur la livraison et l'exécution. En développant de meilleurs processus décisionnels, nous augmentons considérablement nos chances de réussir.

Cette période compliquée nous servira de modèle pour les années à venir. En ce début d'année, nous renforçons nos fondamentaux et favorisons les bases d'une croissance durable plutôt que rapide. Pour y parvenir, nous devons considérer cette situation non pas comme une crise, une récession potentielle ou une catastrophe mais comme une opportunité."

JEPPE RINDOM, CEO ET CO-FOUNDER, PLEO



# METHODOLOGIE & SOURCES

L'enquête a été réalisée pour le compte de Pleo par Censuwide, auprès de 500 décideurs en France.

L'étude globale a été menée auprès de 3 504 décideurs en France, au Royaume-Uni, en Allemagne, en Espagne, aux Pays-Bas, au Danemark et en Suède. Dans chaque région, l'étude a permis de sonder l'opinion d'environ 500 décideurs dans des entreprises de 50 à 500 employés. L'enquête a été réalisée au mois de novembre 2022.

# À PROPOS DE PLEO

Pleo est l'une des solutions leaders en Europe de gestion des dépenses professionnelles. Avec plus de 25 000 clients, Pleo permet aux équipes financières d'avoir une visibilité et un contrôle en temps réel des dépenses. Grâce à ses multiples fonctionnalités (limites de dépenses, automatisation de la gestion des reçus, catégories comptables, tableaux de bord, multi-entités, indemnités kilométriques etc.) et ses intégrations comptables (Quickbooks, Cegid etc.), Pleo vous fait gagner un maximum de temps et d'argent. Noté 5/5 sur les sites de référence, Pleo offre également aux employés des cartes d'entreprise (virtuelles et physiques) et un processus de remboursement des notes de frais simple et automatisé grâce à sa solution Pocket.

Pleo a été fondée à Copenhague en 2015 par deux experts de la fintech et serial entrepreneurs, Jeppe Rindom et Niccolo Perra. Aujourd'hui, l'équipe Pleo est forte de plus de 800 personnes, avec une présence dans 16 pays européens et 7 bureaux (Londres, Stockholm, Berlin, Madrid, Lisbonne, Copenhague et Paris). Vous trouverez le kit de presse [ici](#) pour consulter des visuels de notre équipe et de nos solutions, ainsi que l'historique de nos communiqués de presse.

HET NIEUWE NORMAAL VAN  
BEDRIJFSFINANCIERING PLEO.IO 71

UNTERNEHMEN UND IHR  
AUSGABEVERHALTEN 2023

DIE NEUE REALITÄT DER  
UNTERNEHMENSFINANZEN

FÖRETAGENS KOSTNADER 2023

SÅ BLIR DEN NYA BALANSEN

THE STATE OF SPENDING 2023

THE NEW NORMAL OF BUSINESS FINANCE

FORBRUG OG ØKONOMI I 2023

DEN NYE STANDARD FOR

VIRKSOMHEDERNES

FINANSIELLE BESLUTNINGER

**RAPPORT 2023 SUR LES DÉPENSES  
LA NOUVELLE NORME EN MATIÈRE  
DE FINANCE D'ENTREPRISE**

EL ESTADO DEL GASTO EN LAS  
EMPRESAS EN 2023

LA NUEVA NORMALIDAD DE LAS  
FINANZAS EMPRESARIALES

DE STAAT VAN UITGAVEN 2023

HET NIEUWE NORMAAL VAN  
BEDRIJFSFINANCIERING

UNTERNEHMEN UND IHR  
AUSGABEVERHALTEN 2023

DIE NEUE REALITÄT DER  
UNTERNEHMENSFINANZEN

FÖRETAGENS KOSTNADER 2023

SÅ BLIR DEN NYA BALANSEN

THE STATE OF SPENDING 2023

THE NEW NORMAL OF BUSINESS FINANCE

FORBRUG OG ØKONOMI I 2023