

La crise vue par les freelances

Depuis plusieurs semaines, les statistiques se multiplient sur la manière dont les startups, les VCs ou encore les PME font face à la crise. Les freelances semblaient un peu oubliés. Crème de la Crème a mené son enquête auprès de cette population particulièrement touchée.

Être freelance, c'est être libre de choisir ses missions, ses clients, son temps de travail... Mais c'est aussi être seul·e face à l'inconnu dans la situation que nous vivons. Contrairement aux startups qui peuvent contracter un prêt professionnel ou tenter de lever des fonds, les freelances n'ont pas un arsenal de mesures financières à leur disposition. Crème de la Crème a décidé de les interroger sur leur ressenti et l'impact de cette crise sur leur activité. La startup, qui met en relation freelances et entreprises, a recueilli les réponses de plus de 800 freelances travaillant dans différents secteurs du numérique (tech et data, designer, expert UX, marketing...) et cumulant au moins trois ans d'expérience. Décryptage des résultats de ce sondage.

Un impact plutôt hétérogène

Contrairement à ce qu'on aurait pu penser, les freelances ne semblent pas les plus impactés par la crise. En effet, 49% d'entre eux estiment que la crise aura un impact peu important (de moins de 25%) sur leur chiffre d'affaires du deuxième trimestre. Un quart d'entre eux craignent néanmoins une baisse supérieure ou égale à 75%. Il s'agit évidemment d'estimations prévisionnelles, la crise n'en étant qu'à son commencement.

Cette relative stabilité des revenus s'explique par le maintien des missions pour lesquelles les freelances ont été engagés. Selon l'enquête, presque deux tiers d'entre elles sont conservées, 17% ont été mises en pause et seulement 20% ont été annulées. Globalement, les métiers de tech pure (data/ UX/ digital marketing) sont beaucoup moins touchés que ceux liés à la création (designer, directeur artistique). Ces derniers nécessitent souvent l'organisation de sessions de brainstorming bien compliquées à réaliser à distance.

Face à l'incertitude de la crise, les grands groupes semblent de bons clients puisque 73% d'entre eux ont conservé les collaborations entamées. En réalité, la flexibilité et la créativité sont des atouts pour les entreprises qui ne disposent pas toujours d'une vision à très long terme de la situation. Le court terme devient alors un filet de sécurité pour leur trésorerie.

Le télétravail, bientôt une habitude ?

La capacité d'adaptation des freelances, particulièrement adeptes des outils numériques, constitue également un avantage pour les sociétés qui les emploient. Durant cette période, plus de 9 freelances sur 10 ont ainsi pu travailler à distance. Dans le cas contraire, l'employeur était souvent un grand groupe (65%) ou une PME (35%) mais jamais une startup, ce qui prouve, une fois n'est pas coutume, la capacité d'adaptation de ces petites structures.

À lire aussi

[Comment le statut de freelance est-il devenu si populaire ?](#)

Les freelances interrogés semblent avoir été plutôt bien lotis dans leur relation aux grands groupes puisque 84% d'entre eux reconnaissent que les entreprises étaient globalement bien équipées et leur ont fourni les bons outils pour collaborer à distance. Dans seulement 10% des cas, ils estiment avoir manqué des ressources nécessaires. L'expérience les a même convaincus. En effet, 83% d'entre eux estiment que cette crise et l'obligation de full remote qu'elle a engendré, permettra d'installer durablement ce mode de collaboration comme une habitude au sein des grandes entreprises.

Un optimisme mesuré en l'avenir

Concernant l'avenir, l'avis des freelances est contrasté. La moitié d'entre eux sont plutôt confiants et optimistes, l'autre moins sereine par rapport au contexte économique. Un chiffre plutôt encourageant, sachant que 92% des entreprises se préparent à faire face à une récession dans les mois qui viennent selon le baromètre Covid-19 de la BCG.

Aucun d'entre eux ne regrette néanmoins d'avoir choisi ce statut pour travailler mais tous restent prudents et cherchent de nouveaux clients pour assurer leur trésorerie. Un tiers d'entre eux se sont tournés vers les plateformes, un autre petit tiers ont décidé de démarcher leur réseau professionnel et 20% ont préféré recontacter d'anciens clients. Une grande majorité des interrogés (70%) suivent même une formation pour se perfectionner et mettre ce temps disponible à profit. Le pragmatisme est mère de sûreté pour les indépendants qui doivent être multi-casquettes et gérer le présent, l'avenir, la comptabilité et la réalisation de leurs missions en même temps.

On notera finalement un impact à géométrie variable de la crise sur les différentes catégories de freelances. Les métiers liés à la data et la tech sont peu touchés et devraient même voir leur activité se poursuivre et se développer à la fin du confinement.