



FÉDÉRATION POUR LA PROMOTION DU COMMERCE SPÉCIALISÉ

REPRÉSENTER | PARTAGER | S'INFORMER | PROMOUVOIR
RASSEMBLER | VALORISER | FORMER | SE FORMER | DÉVELOPPER

Dossier de presse

29 juin 2022

SOMMAIRE

Activité du commerce spécialisé en 2022.....	2
Quelles perspectives pour la consommation et le commerce en 2022/2023.....	17
Les conséquences sur la consommation et le commerce	33
Situations des consommateurs et consommation	42
Les entreprises sous pression face aux incertitudes et aux chocs simultanés d'offre et de demande	49
L'avis des dirigeants de Procos (enquête juin 2022) sur les grands paramètres de l'équation pour les prochains mois.....	59
Comment accompagner les entreprises du commerce dans les prochains mois et durant le nouveau quinquennat ?.....	64
En résumé	70

Contacts presse :

Emmanuel LE ROCH, Délégué Général - emmanuel.le.roch@procos.org

Sophie MADIGNIER, Directrice Marketing - sophie.madignier@procos.org

31, rue du 4 septembre - 75002 Paris - Tél. : 01 44 88 95 60

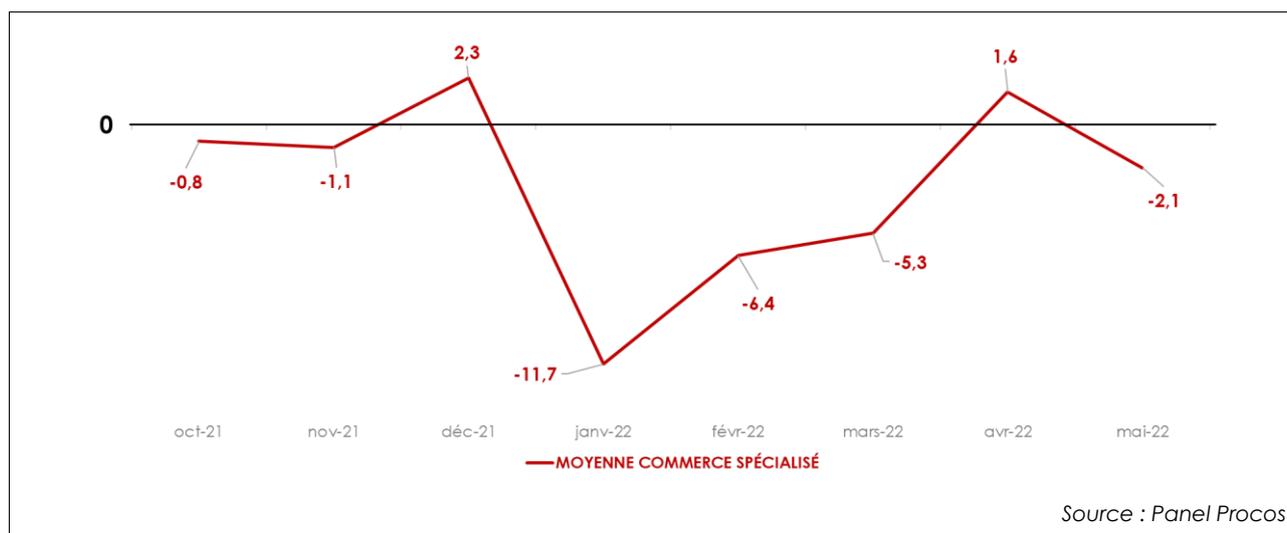
club@procos.org ■ www.procous.org

Activité du commerce spécialisé en 2022

Les ventes en magasins restent en dessous de celles de 2019.

Seuls décembre 2021 et avril 2022 ont connu une activité en magasin supérieure à celle du même mois en 2019 sur l'ensemble du commerce spécialisé.

Ventes magasins mensuelles vs 2019



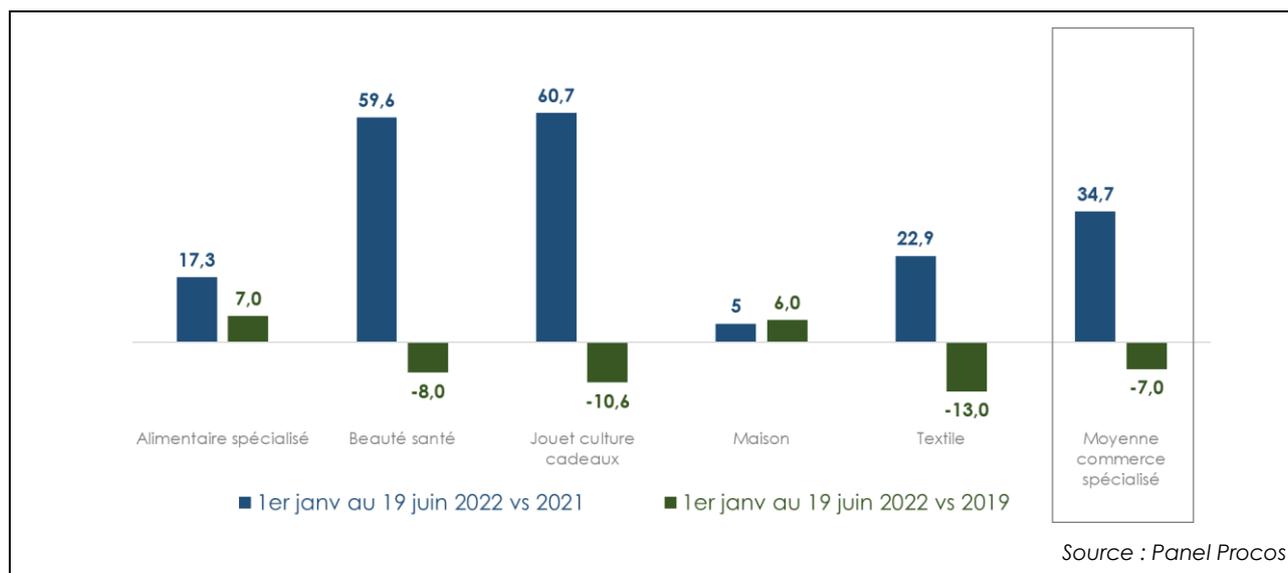
Bien entendu, les ventes en magasin des secteurs du commerce spécialisé sont très supérieures à celles de 2021. Mais, cela n'est que la résultante de très longues fermetures des points de vente au premier semestre 2021. Les centres commerciaux par exemple étaient fermés du 1^{er} février au 19 mai 2021.

Le référentiel demeure l'activité d'avant Covid, donc 2019.

Depuis le début de l'année, du 1^{er} janvier au 19 juin 2022, les ventes en magasin du commerce spécialisé restent inférieures à celles de la même période en 2022 : - 7 %.

- Deux secteurs affichent des ventes magasins supérieures à celles de 2019 : l'alimentaire spécialisé (+ 7) et l'équipement de la maison (+ 6).
- Les autres secteurs restent toujours en retrait dans leurs ventes magasins en 2022 par rapport à 2019 : le textile/habillement (- 13 %), jouet-culture-cadeaux (-10, 6 %), beauté-santé (- 8 %).

Cumul évolution CA magasins 1^{er} janvier au 19 juin 2022 vs 2021 et vs 2019



Alors que les ventes du mois de mai ont été bonnes pour le secteur de l'équipement de la personne.

L'activité du mois de mai en magasin a été assez bonne en particulier pour l'équipement de la personne, laquelle a été supérieure à mai 2019 (+ 7 %) et la chaussure (+ 14,5 %), ce qui n'était pas arrivé depuis le début de la crise Covid.

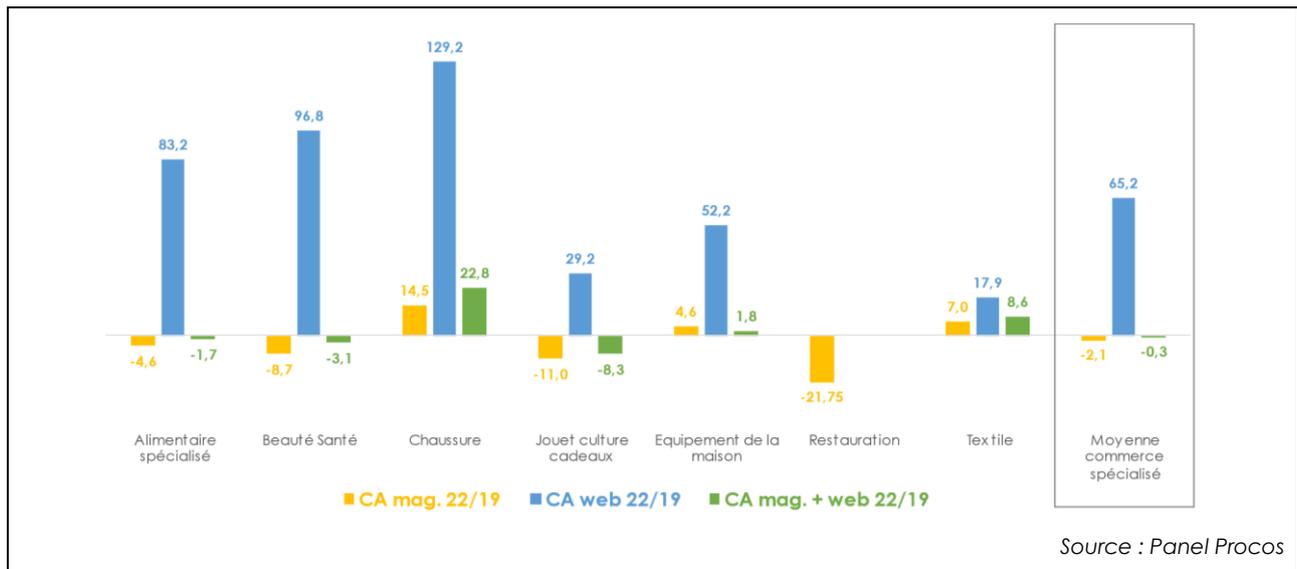
Comme les ventes web sont également très supérieures à celles de 2019, le total magasins + web est également au-dessus de mai 2019 pour la chaussure (+ 22,8 %), l'habillement (+ 8,6%) mais légèrement au-dessus pour l'équipement de la maison (+ 1,8 %).

Ces bonnes ventes en mai peuvent avoir plusieurs causes qui ne sont pas obligatoirement durables : une météo favorable, deux années de vente en retrait par rapport à l'avant crise donc un besoin pour les consommateurs de renouveler leurs garde-robes, l'anticipation d'une future hausse des prix...

Il n'est pas impossible que ces ventes soutenues en mai entraînent des conséquences négatives sur celles de juin, ce qui semble se confirmer par un début juin difficile et une première semaine de soldes très morose.

Les autres secteurs sont en retrait par rapport à 2019 malgré la forte croissance du web qui ne compense pas les baisses d'activité en points de vente.

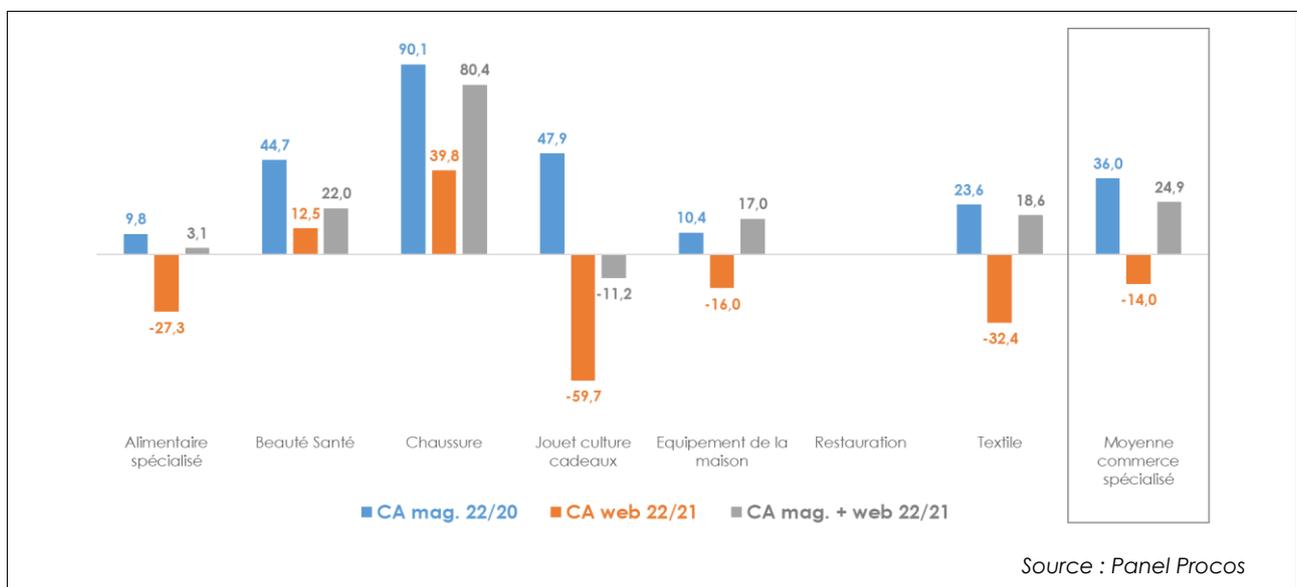
Évolution du chiffre d'affaires en mai 2022 vs 2019 : magasins, web, magasins + web



En mai 2022, l'activité magasin est très fortement au-dessus de celle de 2021. Mais cela n'est que peu significatif compte tenu des longues fermetures administratives en 2021.

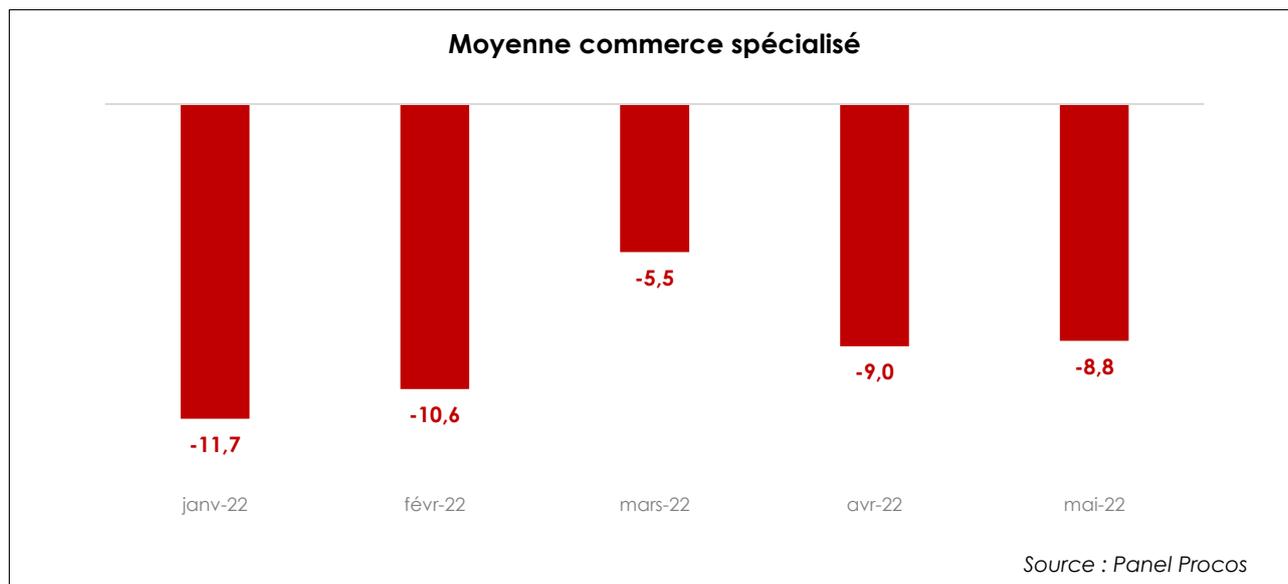
Le point fondamental est la forte régression des ventes web dans la plupart des secteurs à l'exception de la chaussure et de la beauté-santé. Quand les magasins sont ouverts, ils récupèrent une grande partie de l'activité aux dépens des ventes sur internet.

Évolution du chiffre d'affaires en mai 2022 vs 2021 : magasins, web, magasins + web



Les ventes en magasins inférieures à celles de 2019 depuis le début 2022.

A chaque fin de mois, les ventes cumulées magasins depuis le 1^{er} janvier restent très en-dessous de celles de la même période en 2019.

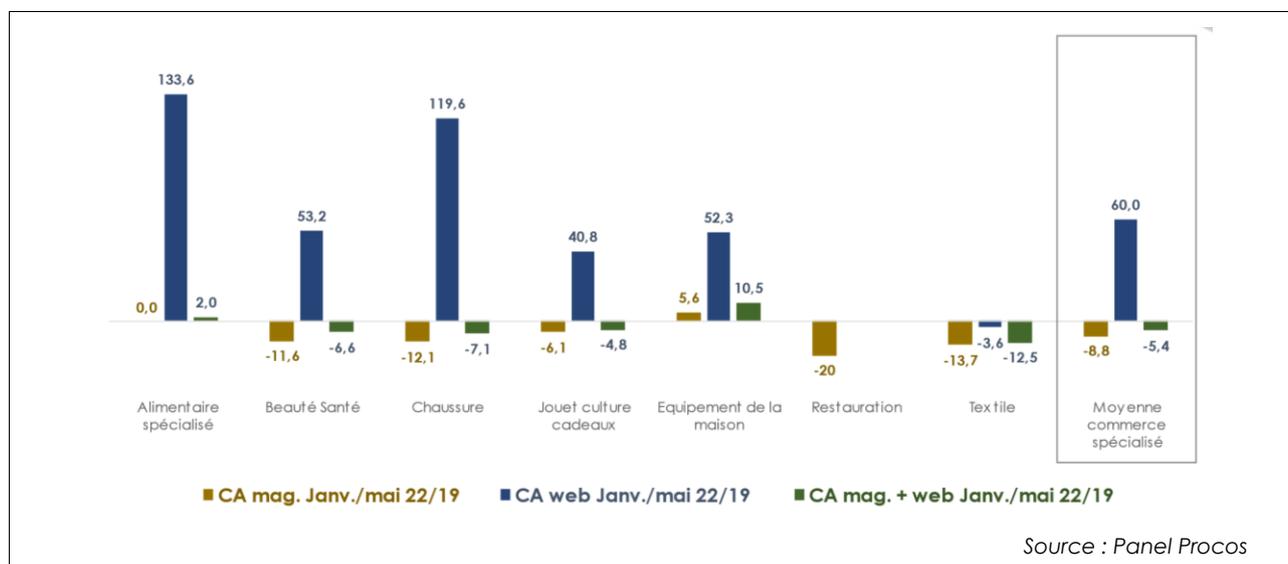


Du 1^{er} janvier au 31 mai 2022, par rapport à 2019 : les magasins à – 8,8 % et le web à + 60 % et par rapport à 2021, les magasins à + 50,6 % et le web en baisse à – 26,3 %.

L'activité reste très difficile à analyser compte tenu des problèmes de fermeture en 2021. Toutefois, les éléments essentiels sont les suivants :

- Les ventes web ont augmenté fortement depuis 2019 mais baissent dès que les magasins sont ouverts.
- L'activité des points de vente malgré l'explosion par rapport à 2021 reste encore en retrait dans tous les secteurs par rapport à 2019 sauf dans l'équipement de la maison.

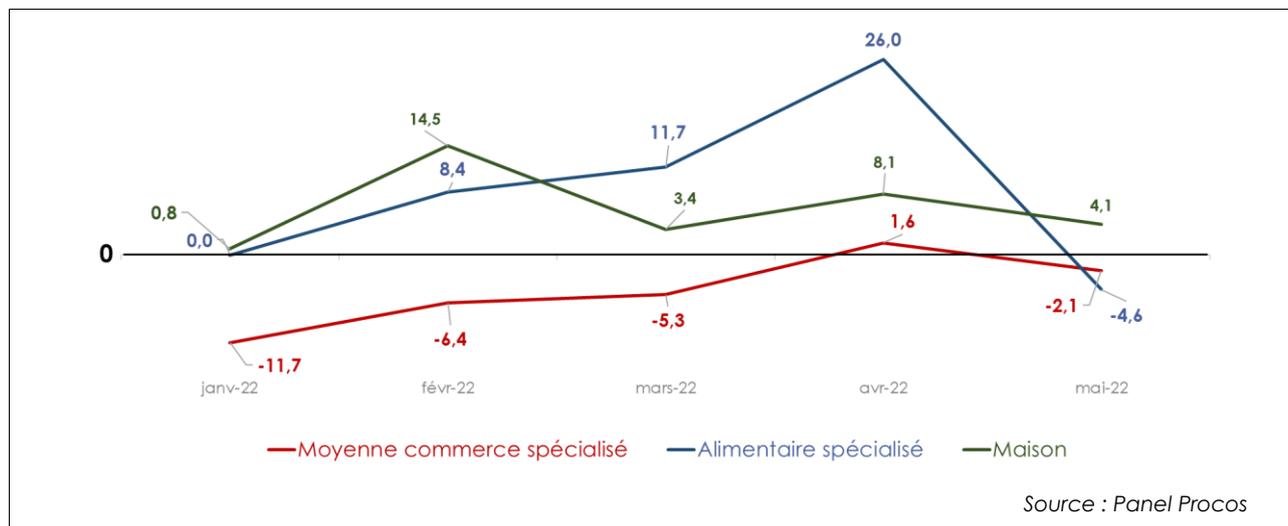
Évolution de CA janvier-mai 2022 vs 2019 : magasins, web, magasins et web



Équipement de la maison et alimentaire spécialisé : des ventes magasins au-dessus de 2019 en 2022.

A fin mai, les ventes magasins dans l'équipement de la maison sont au-dessus de 2019 à + 5,6 % ou équivalent à 2019 pour l'alimentaire spécialisé.

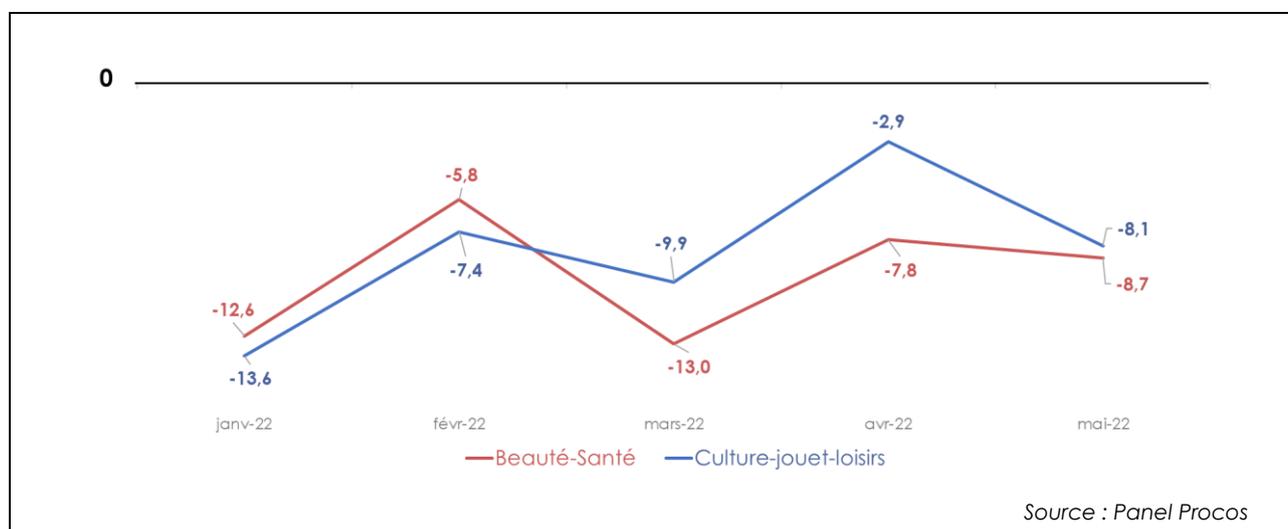
Seul mai a été négatif pour l'alimentaire spécialisé. Un mois au cours duquel les consommateurs ont préféré les achats dans l'équipement de la personne (habillement, chaussure).



Beauté-santé et jouet-culture-cadeaux : des ventes magasins en 2022 qui restent inférieures à 2019.

Pour ces deux secteurs, le cumul des ventes magasins restent sensiblement inférieur à celui de 2019 à fin mai : - 11,6 % pour la beauté santé et - 6,1 % pour le jouet-culture-cadeaux.

Il faut surtout noter qu'aucune des activités magasins de ces secteurs n'a été supérieure à celle de 2019 même si, en avril, les magasins jouet-culture-cadeaux s'en sont rapprochés à - 2,9 %



L'habillement et la chaussure voient les ventes magasins s'améliorer en fin de semestre.

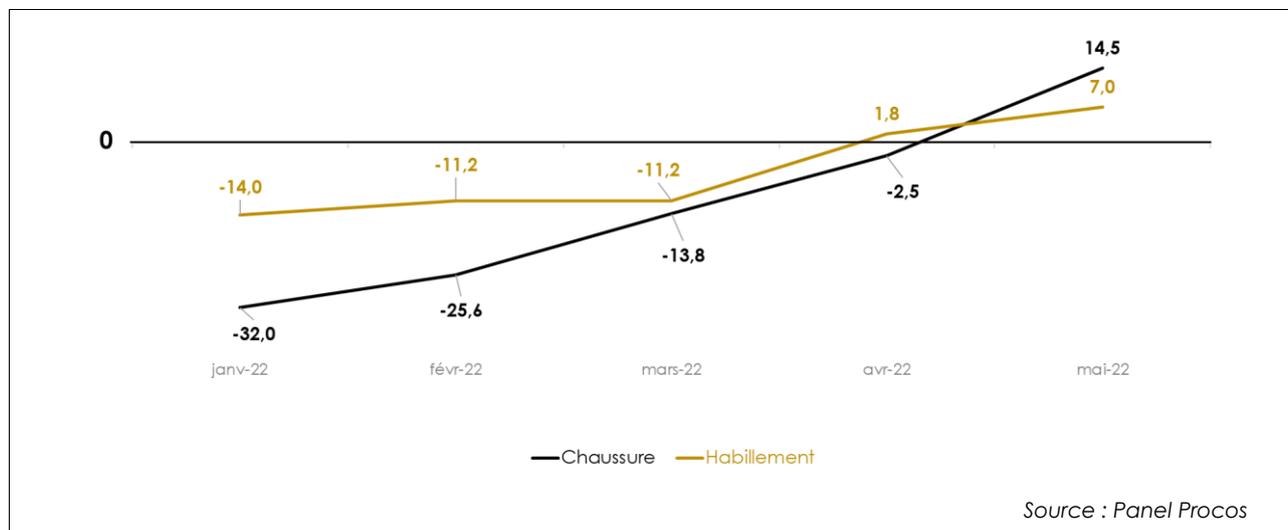
Les ventes cumulées de janvier à mai en magasin de ces secteurs restent très inférieures à celles de 2019 : - 13,7 % pour l'habillement et - 12,1 % pour la chaussure.

Toutefois, les courbes ci-dessous décrivent une très nette amélioration pour ces deux secteurs au fil des mois, en avril puis, surtout en mai.

Ces deux secteurs de l'équipement de la personne ont manifestement bénéficié de plusieurs phénomènes favorables :

- Une météo très estivale qui a redonné envie d'acheter des vêtements de saison,
- Le retour des touristes étrangers (américains et européens en particulier) notamment à Paris,
- Deux années pendant lesquelles les achats de vêtements ont été très fortement impactés, ce qui créé une situation d'adaptation de la garde-robe à la mode avant les vacances d'été.

Il faudra faire le bilan à l'issue des soldes qui ont commencé, plus tôt que l'an passé mais aussi aux conséquences sur les comportements futurs des consommateurs consécutivement à l'inflation générale et aux augmentations des prix de l'habillement qui devraient plutôt impacter l'offre de la rentrée.



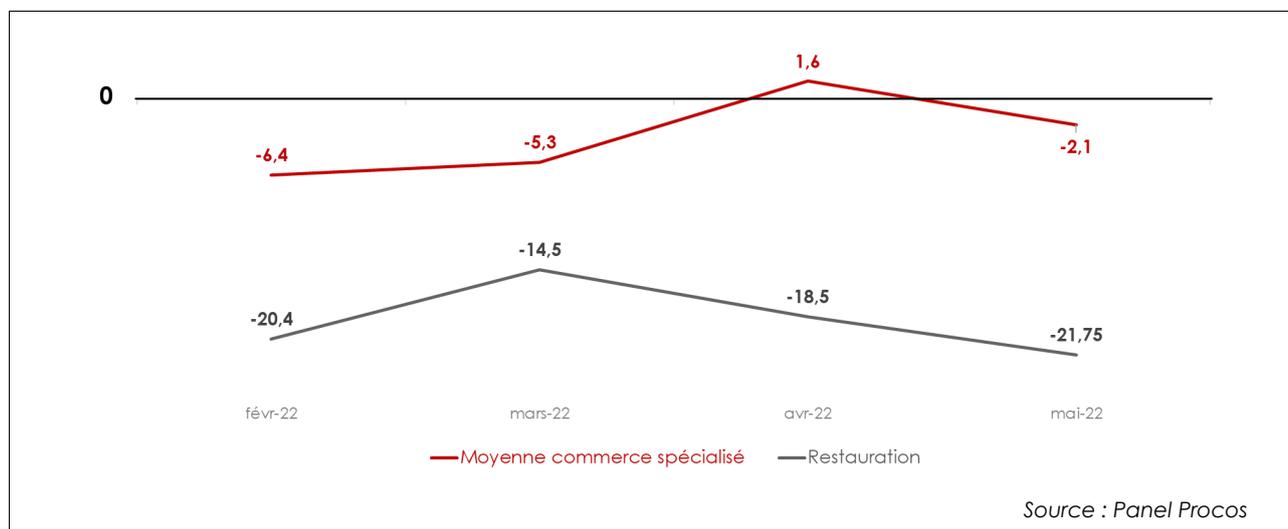
La restauration à table reste à la peine.

Malgré le retour à une vie normale ou presque sur le plan sanitaire, l'activité de la restauration à table reste très affectée par rapport à 2019.

Le cumul est très négatif sur le semestre avec une baisse de - 36 % sur la période janvier-mai.

La restauration reste très touchée par plusieurs phénomènes en fonction des sites :

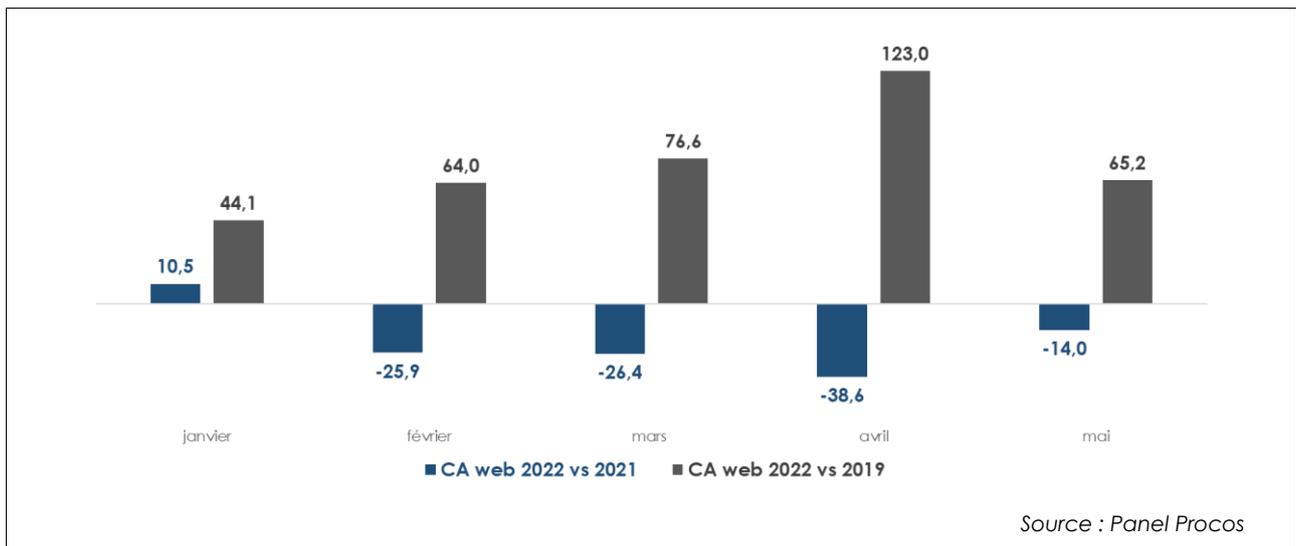
- Une baisse sensible de l'activité le midi consécutivement au maintien d'un taux de télétravail élevé en particulier à Paris et dans les métropoles,
- Une activité cinéma qui reste très en deçà de l'avant crise (- 30 %) avec ses conséquences sur les restaurants alentours.
- Le développement de la livraison à domicile a pris de l'ampleur depuis le début de la crise Covid réduisant d'autant l'activité à table, favorisant ainsi les acteurs de la restauration rapide dont l'activité est beaucoup plus proche de celle de 2019 voire au-delà pour certains acteurs.
- Enfin, la fréquentation des centres commerciaux, en particulier les plus grands, n'a pas retrouvé son niveau d'avant crise, ce qui provoque des conséquences immédiates sur la restauration. En effet, ce secteur ne bénéficie d'aucun report de consommation contrairement à beaucoup d'autres secteurs. En effet, dans de nombreux secteurs un achat peut être reporté à plus tard, ce n'est pas le cas de la restauration quotidienne.



Les ventes web en baisse chaque mois après une forte croissance ces deux dernières années.

Chaque mois confirme la baisse des ventes web à l'exception du mois de janvier. Le rappel des croissances des ventes internet depuis 2019 révèle évidemment que le poids des web a cru pendant les deux années de crise Covid.

Bien entendu, les magasins retrouvent une partie de leur place dès qu'ils sont ouverts mais ce n'est pas un retour à l'avant Covid.



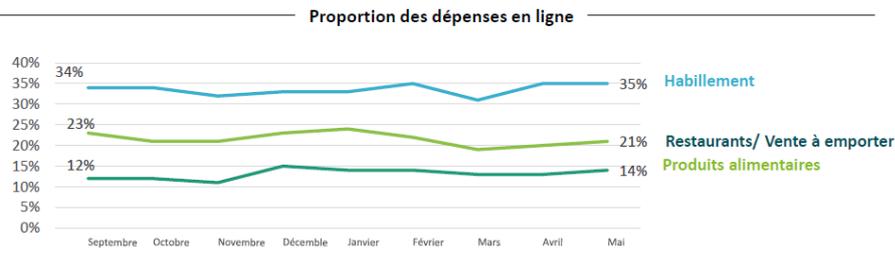
Le poids du web plus élevé qu'avant la crise mais avec une évolution plus faible voire une baisse dans de nombreux secteurs en 2022.

Le graphique page suivante met en évidence plusieurs éléments intéressants :

- Le poids des ventes web de produits alimentaires à 14 % et ses conséquences sur les autres commerces.
Rappelons que les ventes web alimentaires pesaient seulement 5 % (dont 4 % pour le drive). La crise a accéléré le phénomène dont le recours à la livraison. Au-delà des conséquences directes sur les acteurs de l'alimentaire, un recours croissant des consommateurs au e-commerce pour les achats alimentaires impacte directement la fréquentation des autres magasins. Un consommateur qui ne se déplace pas dans un hypermarché ou un supermarché, (achat d'impulsion notamment) n'achète pas non plus dans les boutiques à proximité.
- Les ventes web ont atteint 35 % dans l'habillement.
- La livraison et la vente à emporter ont atteint plus de 20 % du total de l'activité de la restauration ; une transformation structurelle forte du secteur avec la crise Covid.
- Les éléments ci-dessous mettent par ailleurs en évidence le recours plus fort au web par les millennials pour leurs achats d'habillement, d'une part (le phénomène Shein, acteur chinois à prix hyper discount en est l'exemple le plus criant) et, d'autre part, pour la vente à emporter et la livraison dans la restauration.

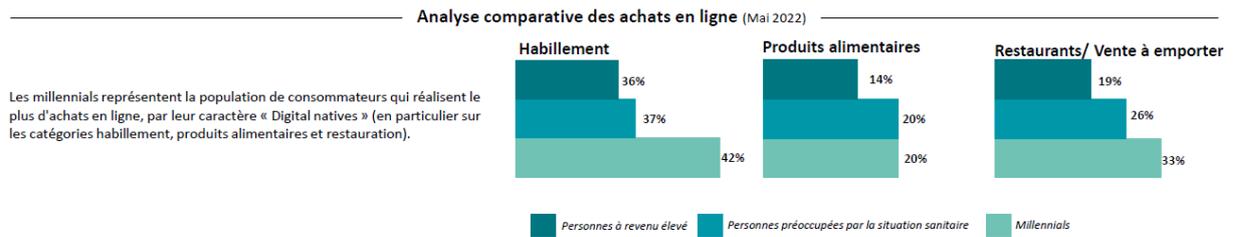
Zoom sur la France - Répartition des dépenses en ligne

Évolution du comportement des consommateurs en termes de transactions en ligne, les répercussions prolongées de la pandémie



ÉLÉMENTS CLÉS

La part des dépenses en ligne reste stable depuis septembre 2021 indiquant une adoption de nouvelles habitudes d'achat par les consommateurs.

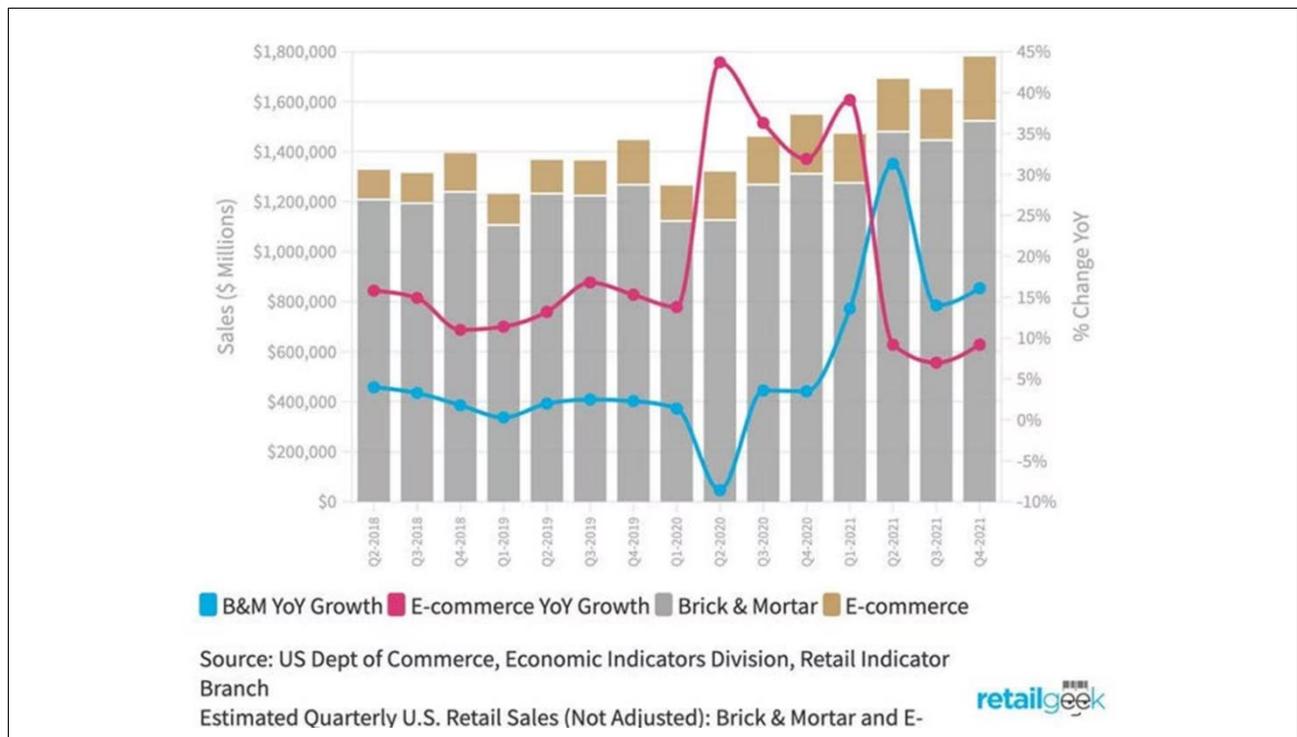


Copyright © 2022 Deloitte Development LLC. All rights reserved.

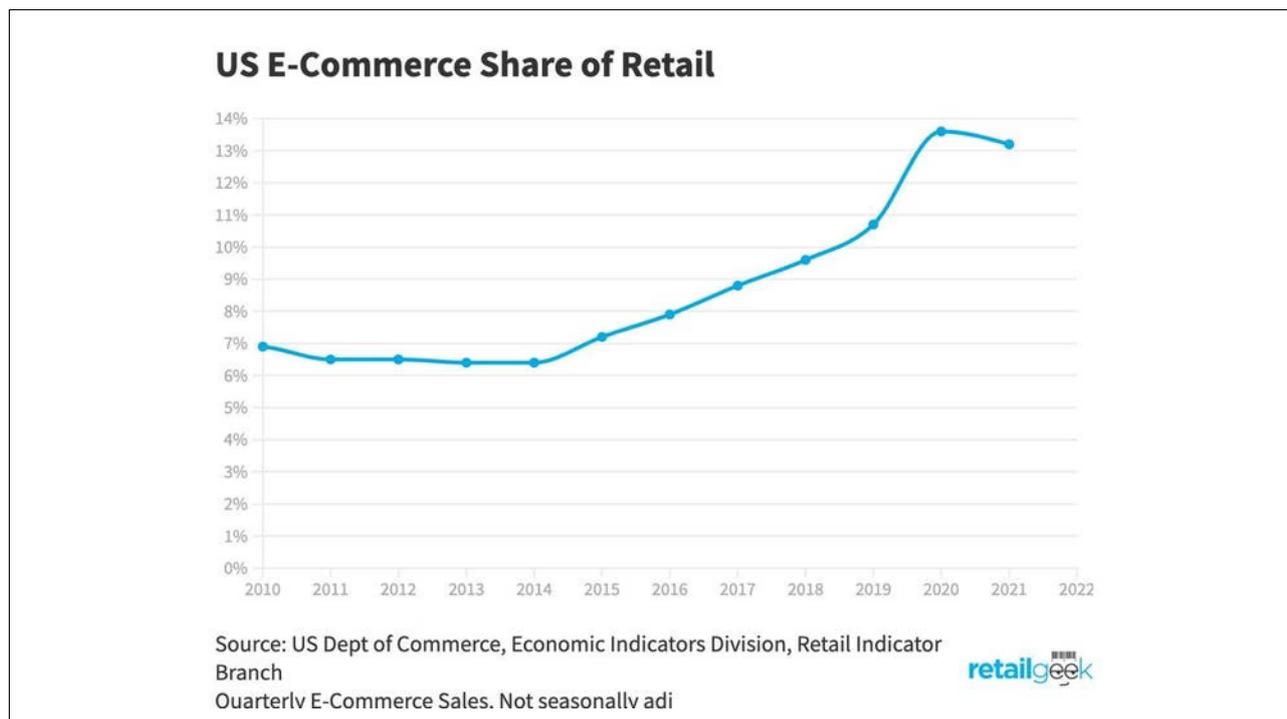
Consumer Tracker de Deloitte - Mai 22 16

Evolution des ventes web et des ventes magasins : les mêmes tendances aux Etats-Unis qu'en France.

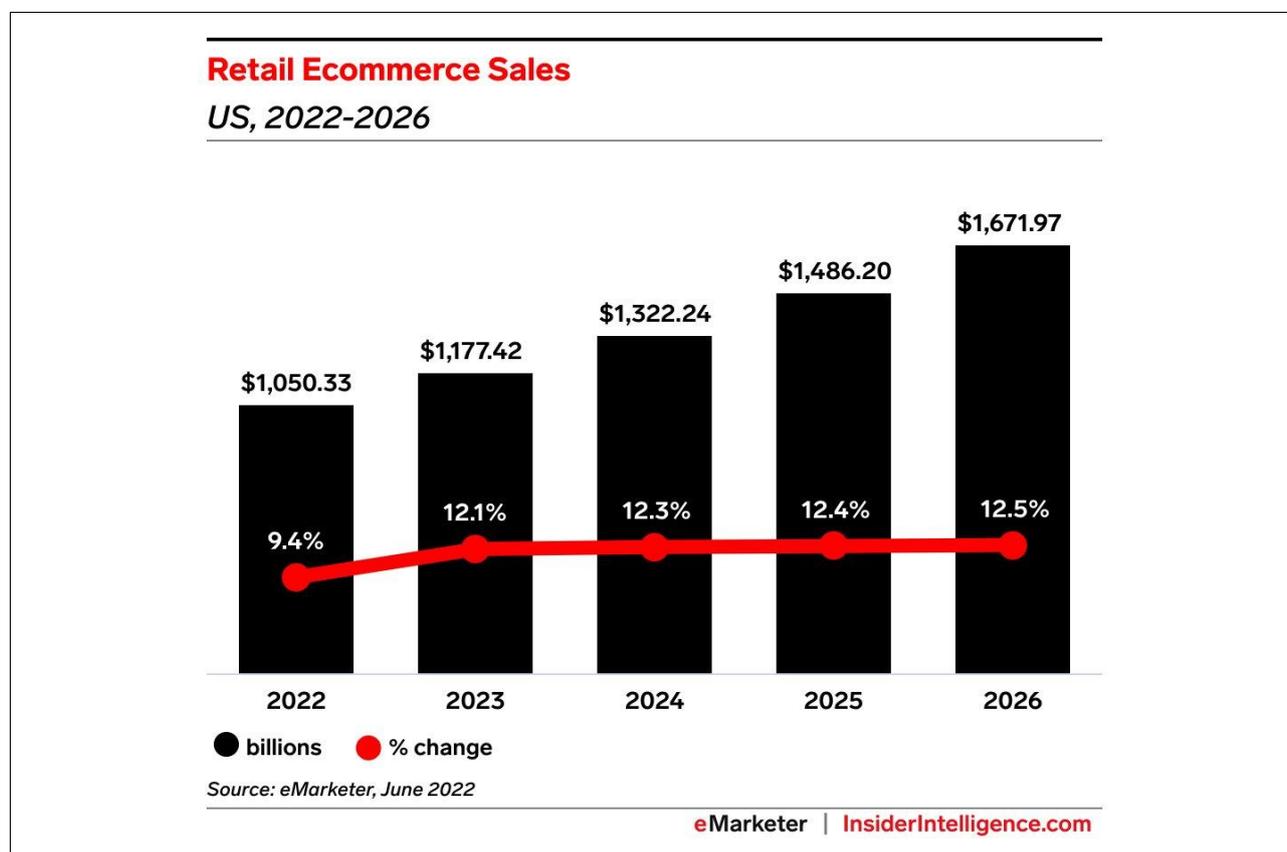
Comme en France, la réouverture des magasins génère une forte croissance des ventes des acteurs Brick and Mortar et, inversement, une baisse de croissance des ventes web. Les courbes de croissance se croisent.



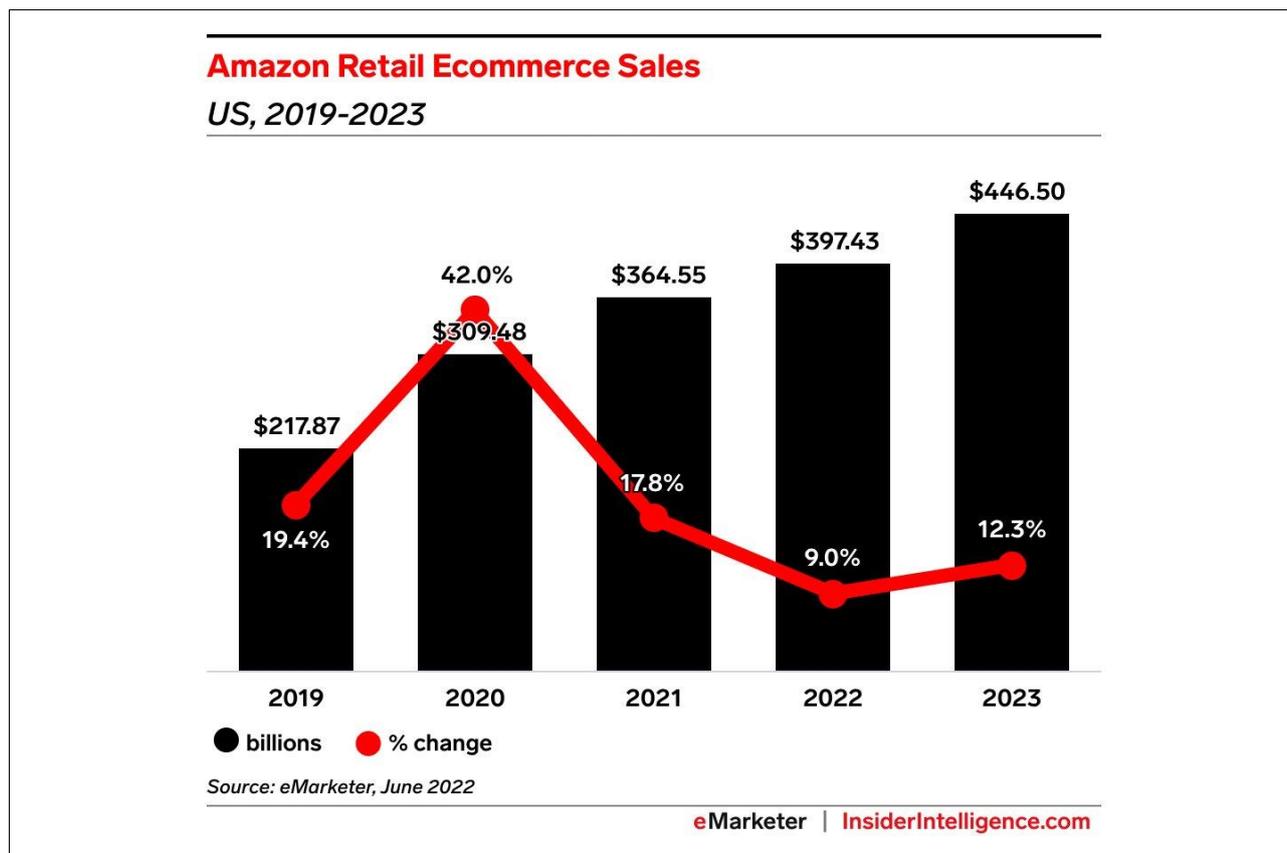
Une part de marché e-commerce qui est passée de 10 % en 2019 à 12,5 % en 2020 et qui baisse légèrement en 2022.



Aux Etats-Unis, comme en France, les prévisions de croissance des ventes web reviennent à des taux comparables à ceux de l'avant Covid autour de 12,5 % annuels, rien à voir avec la croissance des années Covid, et après un ralentissement en 2022 à la suite du fonctionnement normal des magasins.



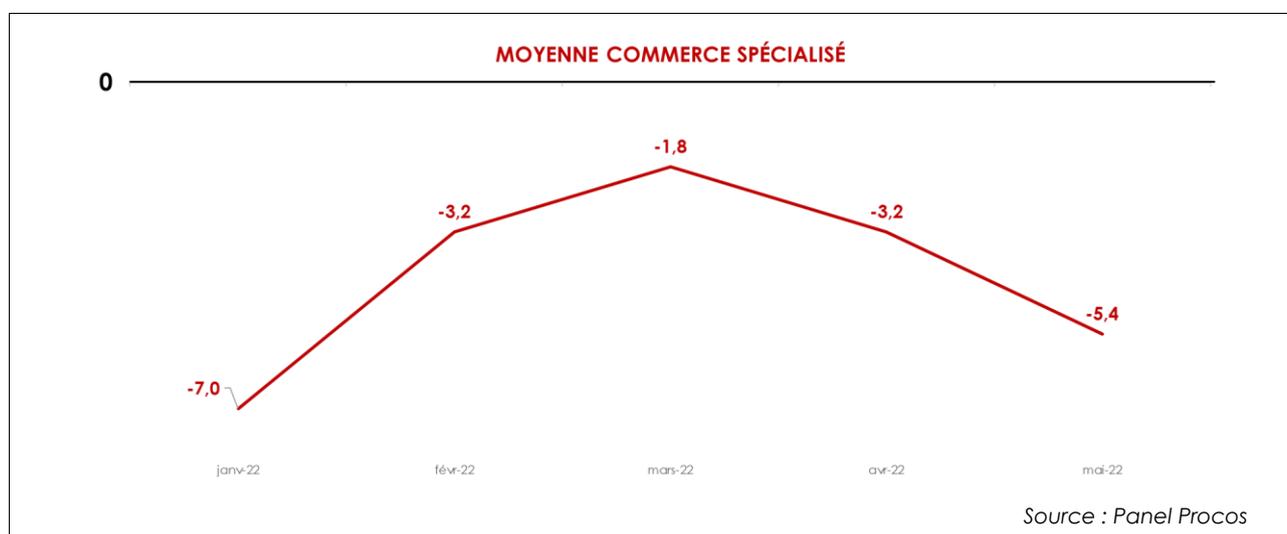
Les perspectives de croissance des ventes d'Amazon se réduisent après une explosion en 2020.



Les ventes cumulées magasins + web restent en deçà de la situation de 2019 pour le commerce spécialisé.

Même si la situation est variable selon les secteurs, sur l'ensemble du commerce spécialisé, le cumul des ventes magasins + web reste inférieur à la situation des mêmes mois en 2019 malgré la situation redevenue normale en termes d'ouverture de magasins.

La situation s'est progressivement améliorée de janvier (- 7 %) à mars (- 1,8 %) mais s'est à nouveau dégradée pour atteindre - 5,4 % en mai.



La fréquentation des lieux de commerce et des magasins : une baisse durable vs 2019 dans les magasins du commerce spécialisé, les centres commerciaux et les hypermarchés.

La fréquentation des magasins reste très en retrait par rapport à 2019, et légèrement par rapport à 2021.

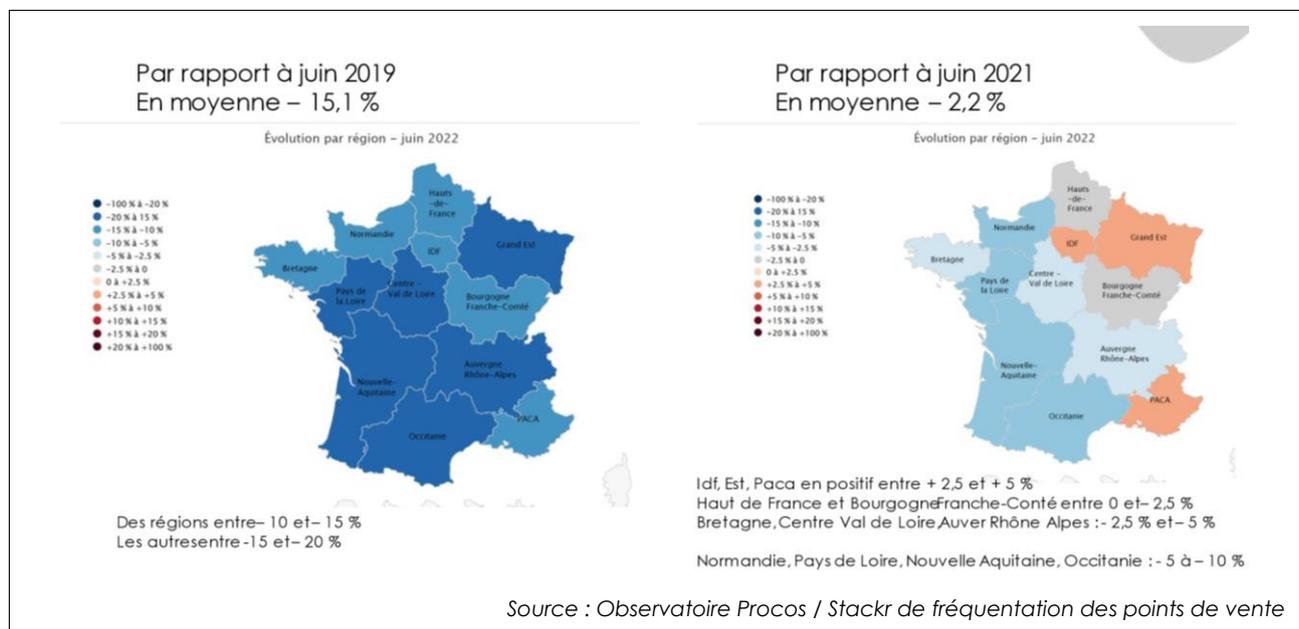
L'analyse des données de fréquentation de l'Observatoire Procos/Stackr de la fréquentation des magasins fait apparaître une fréquentation qui demeure inférieure de - 15,1 % en juin 2022 vs juin 2019 par exemple. Dans plusieurs régions, cette baisse est même supérieure entre - 15 et - 20 % (cf. carte ci-dessous).

Même par rapport à 2021, la fréquentation est légèrement en baisse en moyenne France avec toutefois trois régions en léger positif par rapport à 2021, notamment grâce au retour des touristes (entre + 2,5 % et + 5 %).

- L'Ile-de-France,
- Paca,
- Le Grand Est.

A l'inverse, quatre régions sont marquées par une baisse de fréquentation significative par rapport à juin 2021 (entre - 5 % et - 10 %) : Normandie, Pays de la Loire, Nouvelle Aquitaine et Occitanie.

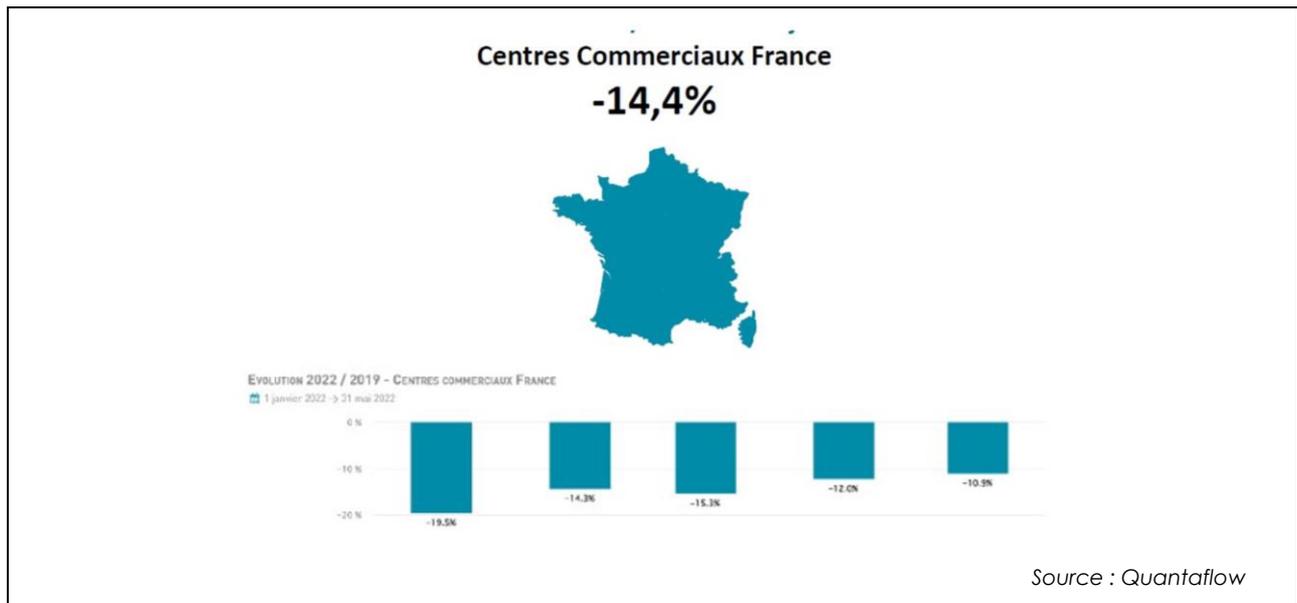
Fréquentation des magasins en juin 2022 encore très en-deçà de 2019 et légèrement sous 2021



La fréquentation des centres commerciaux en retrait de - 14,4 % par rapport à 2019 (Quantaflow)

Même si la situation s'améliore au fil du trimestre, la fréquentation des centres commerciaux reste en retrait par rapport à 2019 selon Quantaflow pour atteindre - 10 % en moyenne en mai, mois comme nous l'avons vu plus haut, très dynamique pour la consommation dans l'équipement de la personne.

Évolution de la fréquentation des centres commerciaux français en 2022 vs 2019



La fréquentation des hypermarchés plus contrastée que celle des centres commerciaux

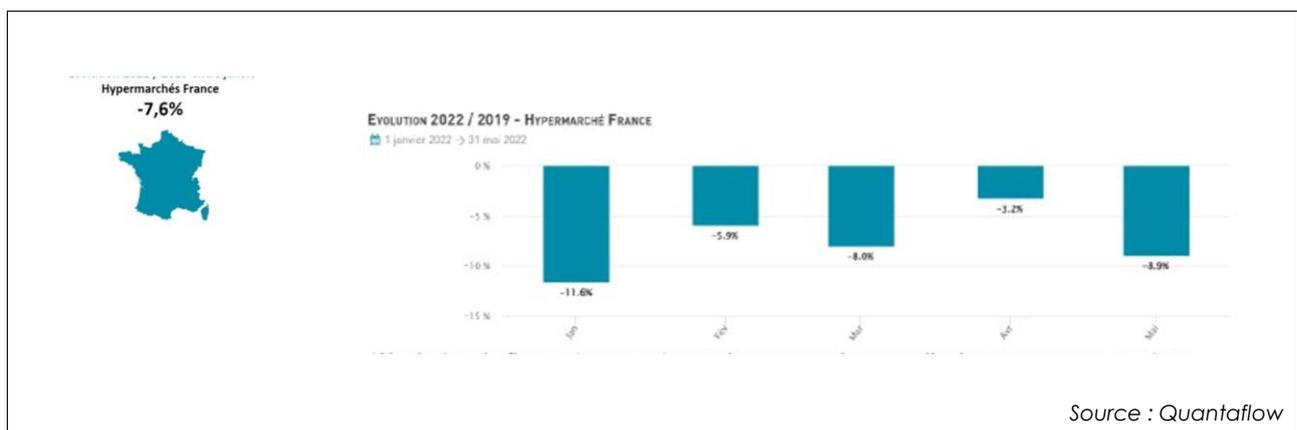
Comme les magasins du commerce spécialisé et les centres commerciaux, les hypermarchés connaissent également une baisse de fréquentation mais celle-ci est moins forte à - 7,6 % par rapport à 2019 (source : Quantaflow).

Par ailleurs, la variation mensuelle est importante et ne suit pas de tendance d'évolution régulière contrairement à ce que l'on a pu observer plus tôt pour les centres commerciaux dont la fréquentation s'améliore de mois en mois.

Ces éléments appellent les remarques suivantes :

- Les hypermarchés subissent une baisse de fréquentation par rapport à 2019 alors même qu'ils ont été beaucoup moins impactés par les deux années Covid (aucune fermeture administrative).
- La baisse de fréquentation des hypers est significativement moins forte que celle des centres commerciaux. Ce qui tend à démontrer qu'à l'inverse, les galeries marchandes connaissent une baisse supérieure à celle qui ressort des moyennes de fréquentation des centres commerciaux.

La fréquentation des hypermarchés France en retrait de - 7,6 % en 2022 par rapport à 2019



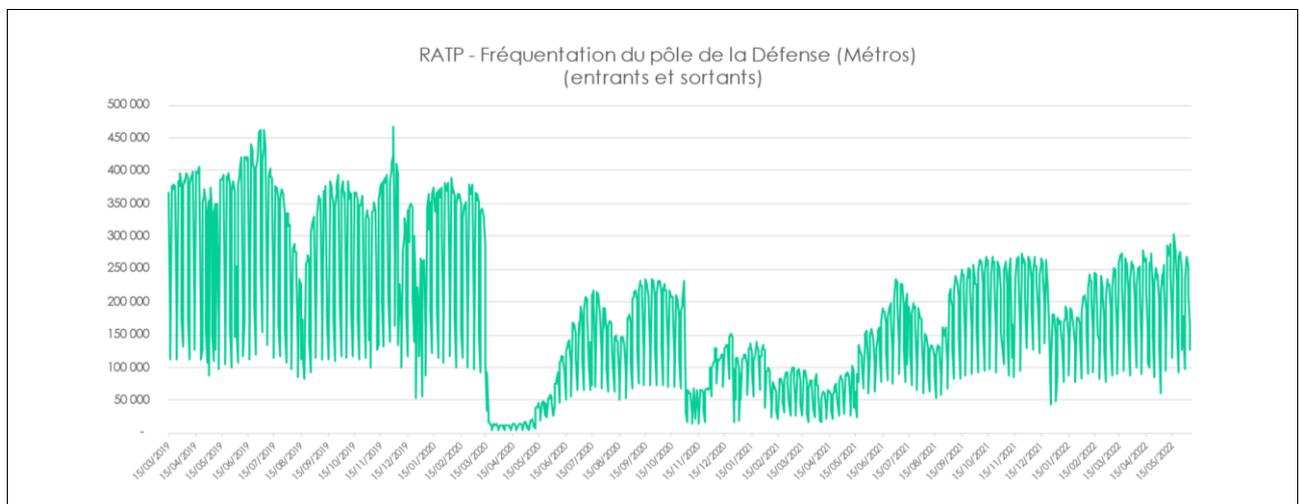
Le cas de Paris, bien qu'en forte amélioration, reste préoccupant pour une partie de son commerce.

Le retour d'une partie des touristes (Etats-Unis, Europe...) a redonné des couleurs à une partie du commerce parisien au mois de mai.

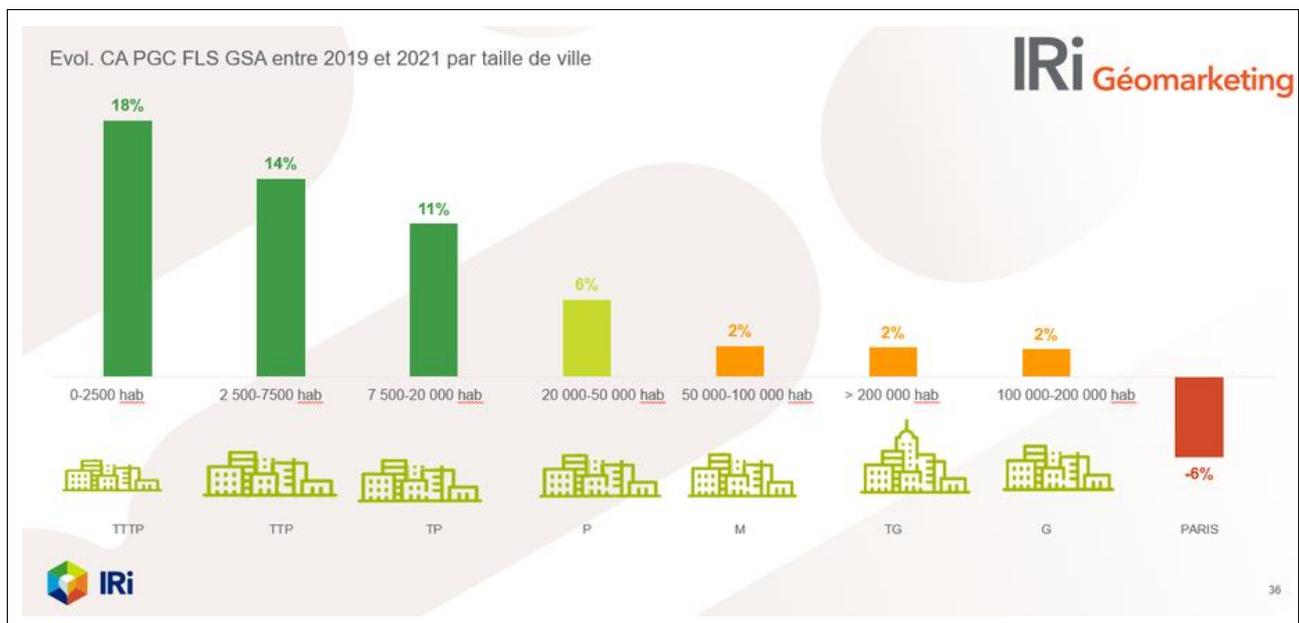
Toutefois, le maintien maintenant définitif d'une dose importante de télétravail continue d'impacter fortement la fréquentation de certains sites par rapport à la situation de 2019. Le cas de La Défense est particulièrement symbolique de cette situation mais n'est pas seul.

Le métro de La Défense souffre d'une baisse de fréquentation de 30 % par rapport à 2019, les tours de bureaux sont occupées très partiellement chaque jour, situation qui ne peut pas être sans conséquence sur l'activité de la restauration et du commerce dans la zone : Les Quatre Temps, Le Cnit, dont les baisses d'activité constatées sont très significatives.

Le télétravail et ses impacts durables / Le métro de La Défense toujours à - 30 %



L'analyse des évolutions de consommation de produits de grande consommation entre 2019 et 2021 montre combien la tendance de fond a été défavorable à Paris dont une partie des habitants ne vit plus que partiellement dans la capitale et dans laquelle les télétravailleurs ne viennent plus chaque jour.



Pour ces différentes raisons mais aussi compte tenu des choix de la ville de Paris et des difficultés d'accès, une partie du commerce parisien est en réel danger si aucune mesure n'est prise pour inverser les tendances.

Pour approfondir, lire l'article récent de Procos « **Pourquoi une partie du commerce parisien est-elle réellement en danger ?** » à l'aide du lien ci-après.

https://www.procos.org/images/procos/images_page_d_accueil/Newsletter/Juin_2022/news_51_commerce_parisien.pdf

Quelles perspectives pour la consommation et le commerce en 2022/2023 ?

Une économie mondiale housculée, incertaine et en croissance faible.

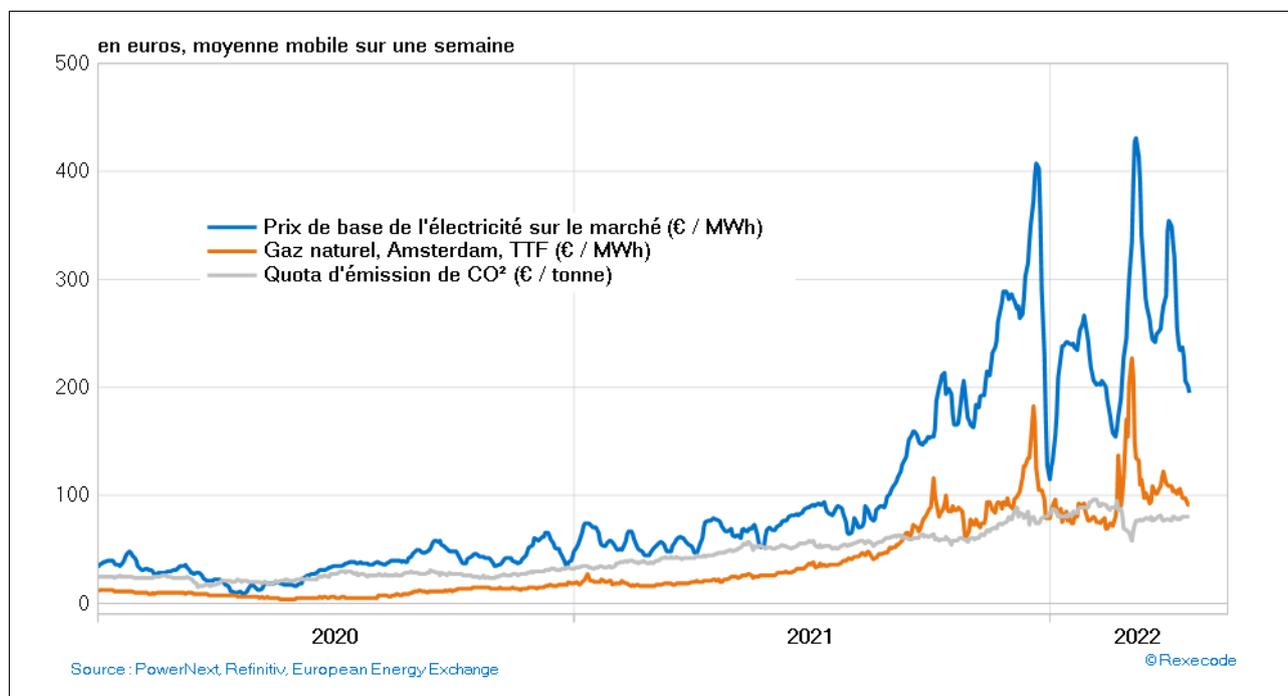
Le prix de l'énergie et les cours des matières premières très impactés par la reprise de la demande, d'une part, et la guerre en Ukraine, d'autre part.

Nul ne sait combien de temps durera la guerre en Ukraine. Toutefois, ses conséquences auront modifié durablement le marché de l'énergie compte tenu du problème du gaz russe.

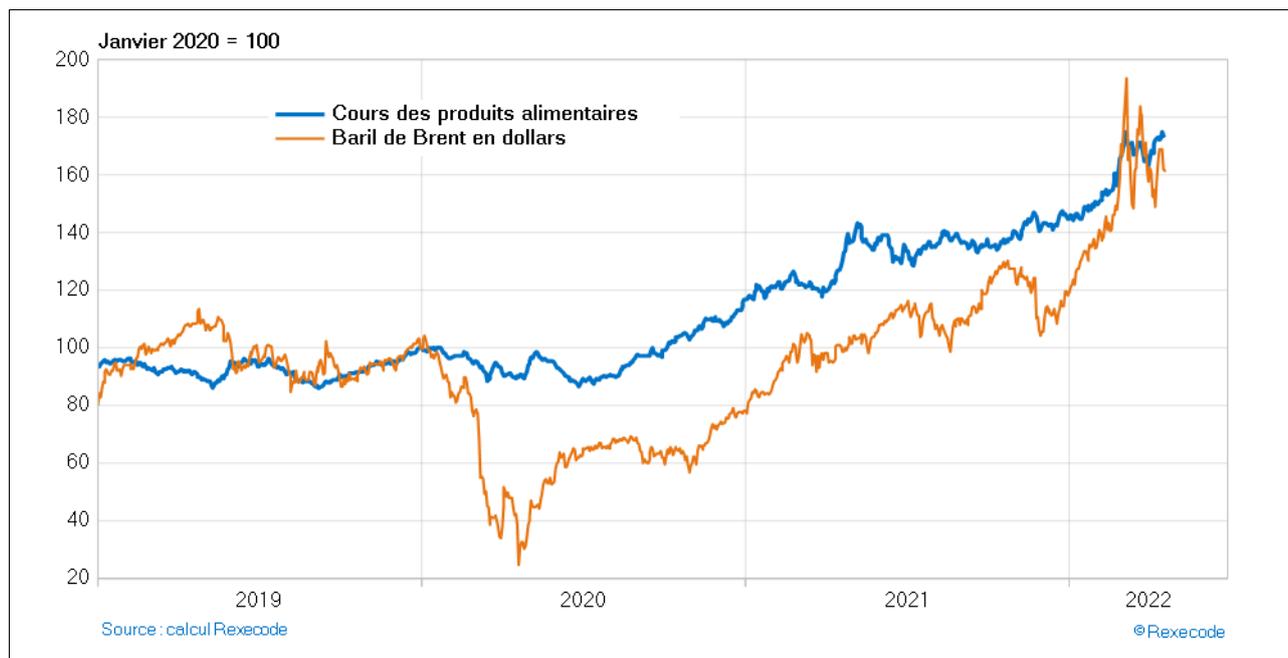
Par ailleurs, les coûts de l'énergie resteront impactés par :

- Le coût des énergies fossiles (baisse d'investissement dans ces énergies pour favoriser les énergies de substitution) tant que celles-ci n'auront pas pris le relais. Par ailleurs, la sur demande d'énergie risque de maintenir la tension sur les rapports offre/demande. S'il n'y a pas d'inflation (l'inflation est une hausse de prix d'une année sur l'autre), il y aura probablement maintien d'un coût élevé de l'énergie.
- Bien entendu, le comportement des pays producteurs de pétrole (L'Opep en particulier) entraînera des conséquences sur la tension entre offre et demande et influera sur le prix du baril de pétrole qui a tendance à baisser aujourd'hui du fait de l'augmentation de la production.

Prix spot de l'électricité et du gaz naturel en Europe

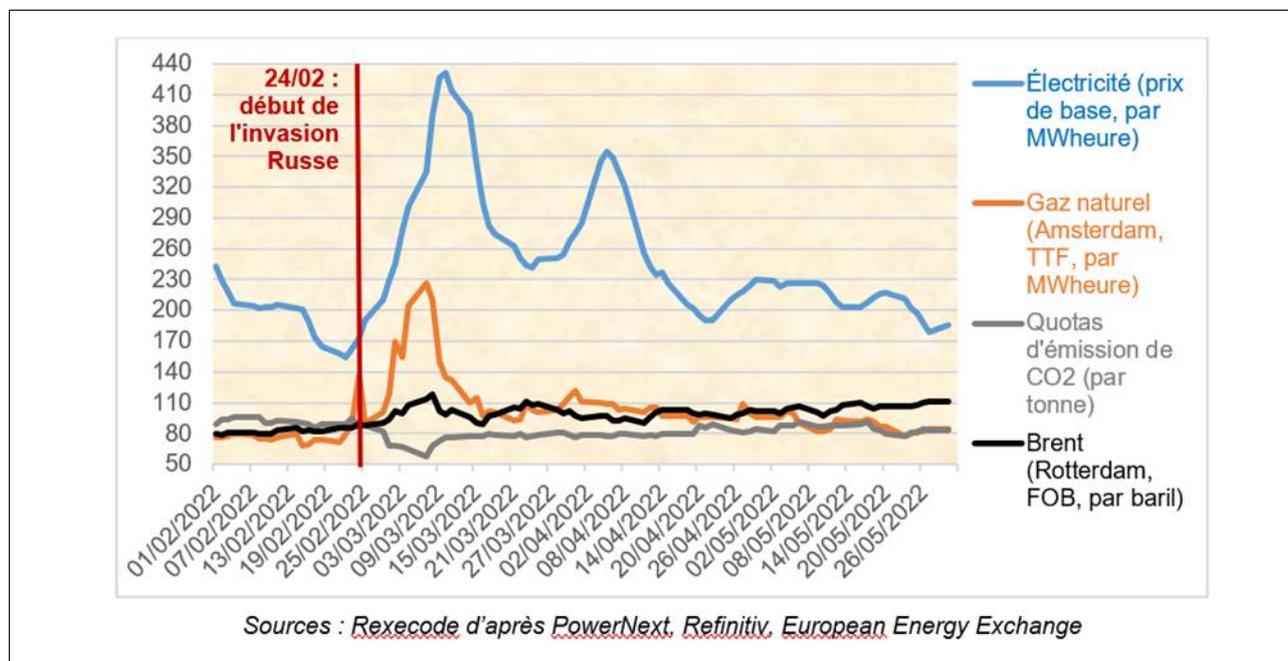


Cours des matières premières Produits alimentaires et baril de Bret en dollars



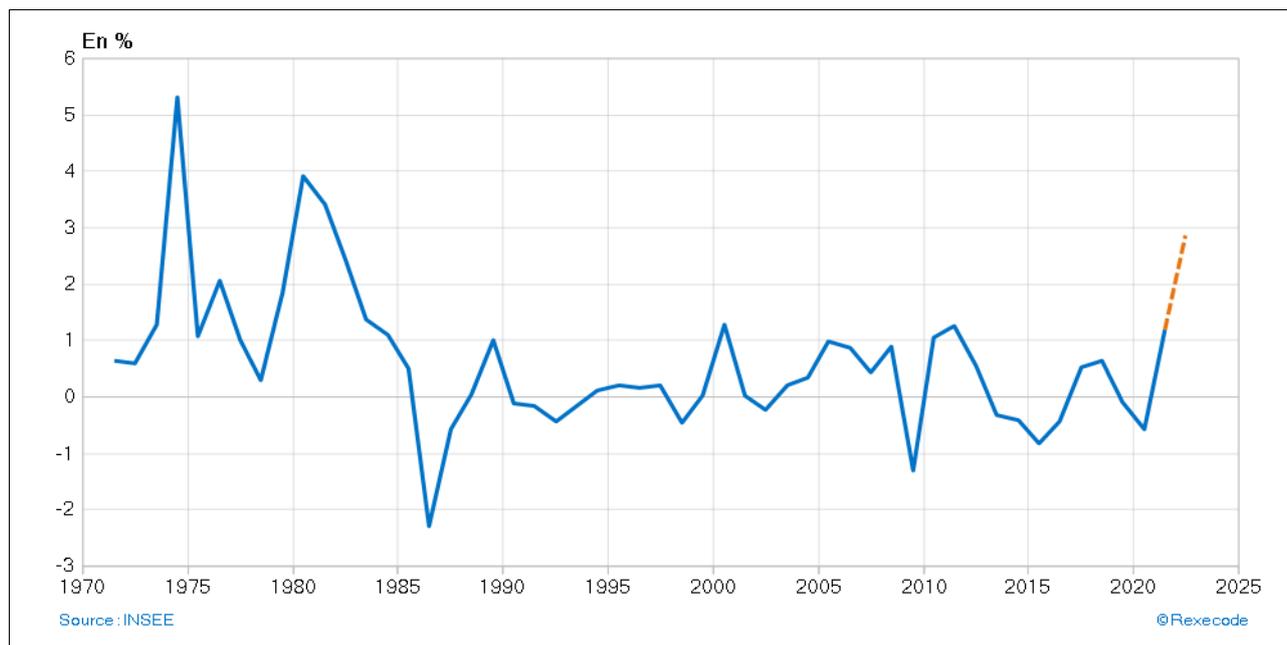
La période récente s'avère toutefois avant tout marquée par l'incertitude et la volatilité. En témoigne notamment l'évolution du cours des énergies sur le marché européen. Dresser des hypothèses d'évolutions solides dans le temps s'avère particulièrement compliqué.

Les prix de l'énergie en euro



Les contraintes actuelles d'approvisionnement mondial génèrent un impact aussi important que les conséquences sur l'inflation (égal au 2/3 des conséquences du choc pétrolier de 1973).

France : contribution de l'énergie, des produits agricoles et de la métallurgie à l'inflation (en points d'inflation, calcul et hypothèses : Rexecode)



Le poids de la Russie et de l'Ukraine dans la production de certaines matières premières pèse très lourd sur de nombreux secteurs : alimentaire, engrais...

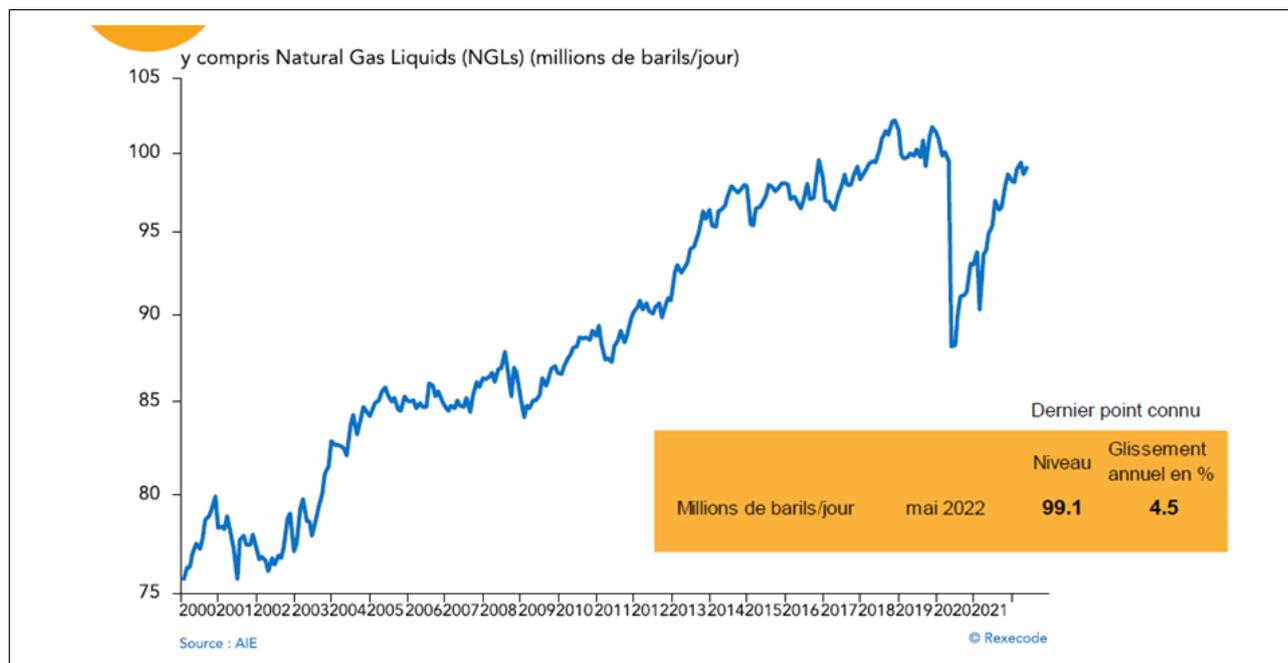
Quelques risques critiques d'approvisionnements

	Part de la Russie et l'Ukraine production mondiale	Secteurs concernés
Titane	16%	aéronautique, défense
Palladium	37%	automobile
Potasse	37%	engrais
Nickel	10%	acier, automobile, batterie
Aluminium	6%	biens d'équipement, auto
Néon	env. 50 %	semis-conducteurs
% des exports monde		
Huile de tournesol	78%	alimentation animale
Orge	31%	
Blé	27%	
Mais	7%*	

* en % de la production mondiale

Les décisions d'augmentation de production du pétrole peuvent générer une détente du prix du baril de pétrole. Toutefois, comme la demande mondiale poursuivra son augmentation, la probabilité de retour à un prix de baril beaucoup plus faible est peu probable.

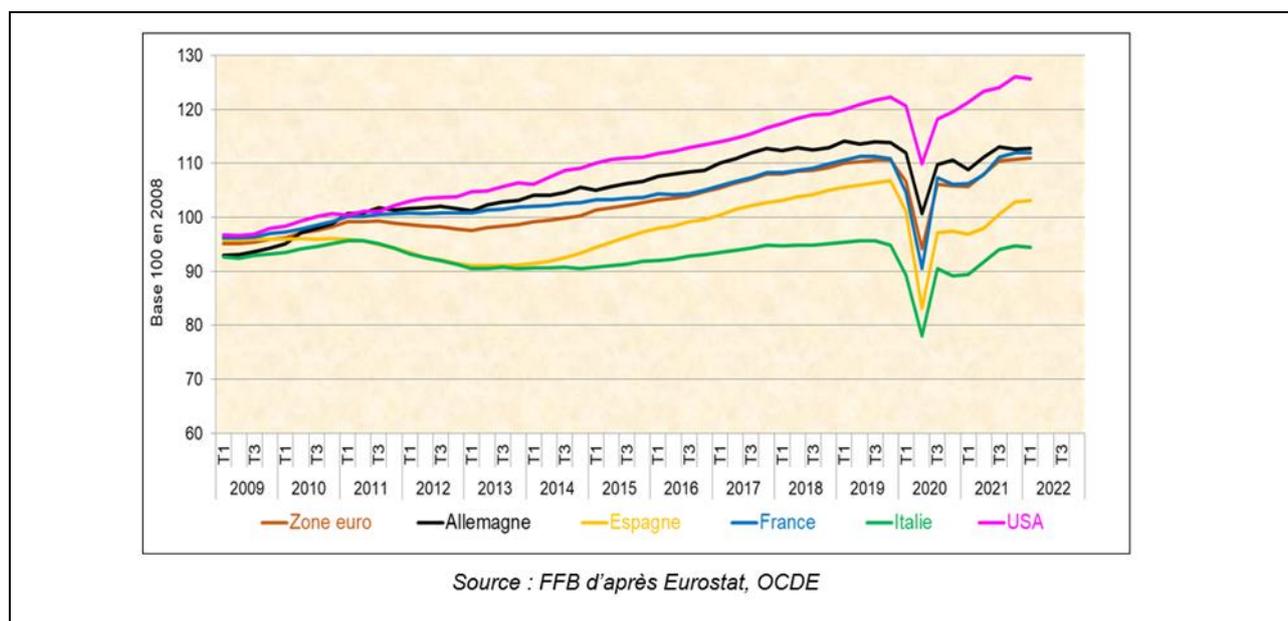
Evolution du prix du baril de pétrole en dollar en fonction du niveau de production en millions de barils par jour



Le choc sur la croissance est international

Selon la Banque mondiale, la croissance devrait plonger de 5,7 % en 2021 à 2,9 % en 2022 (alors qu'en janvier, elle était attendue à 4,1%). Elle devrait également se maintenir à ce niveau en 2023-2024, à mesure que les dispositifs d'assouplissement budgétaire et monétaire seront supprimés, que les perturbations à court terme de l'activité, de l'investissement et du commerce se résorberont et que la demande insatisfaite disparaîtra sous le poids de l'inflation élevée.

Les perspectives de l'OCDE ne sont pas plus optimistes. L'OCDE prévoit désormais que la croissance du PIB mondial ralentira fortement cette année, pour se fixer aux alentours de 3%, niveau égal pour 2023 et sensiblement inférieur aux estimations de décembre.



L'Europe, la zone la plus touchée

Le ralentissement devrait être généralisé, affectant presque toutes les économies, les plus touchées étant celles d'Europe, largement exposées à la guerre via leurs importations d'énergie et les flux de réfugiés. La hausse des cours des matières premières qui s'ajoute aux pressions inflationnistes préexistantes, grève les revenus réels et freine les dépenses, ce qui retardera d'autant la reprise.

Aux USA, le PIB diminue de 0,4 % début 2022, après + 1,7 % sur le quatrième trimestre 2021, principalement pénalisé par une contribution négative du solde extérieur américain, avec un fort volume d'importations, alors que la consommation privée se porte plutôt bien et que l'investissement productif rebondit fortement.

Dans la zone euro, l'activité se lit à + 0,3 % au premier trimestre 2022. Plus en détail, elle retrouve un peu de vigueur en Allemagne (+ 0,2 % après - 0,3 %), qui frôle l'entrée en récession, se tasse nettement en Espagne (+ 0,3 % après + 2,2 %), et se replie en Italie (- 0,2 % après + 0,7 %).

La Fed (Réserve fédérale) a, face à l'inflation qui ne faiblit pas, ses taux directeurs de trois quarts de points ; du jamais vu depuis 1994. Ceux-ci se trouvent désormais dans la fourchette de 1,50 à 1,75 %.

Avec une inflation élevée et une économie tendue, les arguments en faveur de la poursuite de la suppression de la politique monétaire accommodante sont évidents. L'objectif reste la diminution de l'inflation.

Les changements de politique affectent l'économie avec un décalage et des changements brusques importants qui peuvent troubler les ménages et les petites entreprises dans leurs nécessaires ajustements.

La zone Euro s'oriente doucement vers la stagflation.

- La BCE (Banque centrale européenne) a revu à la hausse ses prévisions d'inflation et à la baisse celles de la croissance.
- Inflation 2022 : 6,8 %
- PIB : 2,8 %
- Le chômage au plus bas depuis 1999 : 6,8 % dans la zone euro,
- Pour 2023, prévision : croissance : 2 % ; inflation : 3,5 %

Si des problèmes de rupture d'approvisionnement d'énergie interviennent au 3 T 2022 :

- la croissance passerait à 1,3 % seulement et l'inflation à 8 %
- Pour 2023 : 1,7 % de croissance et inflation de plus de 6 %

8,6 % d'inflation en un an aux Etats-Unis

Les chiffres de l'inflation en mai avaient fait l'effet d'une douche froide : la hausse des prix n'a pas ralenti, comme cela avait été le cas en avril. Elle a même atteint un nouveau record en quarante ans, à 8,6 % sur un an.

Les responsables de la Réserve fédérale ont également révisé mercredi à la hausse leurs projections d'inflation, tablant désormais sur 5,2 % en 2022 et 2,6 % en 2023, quand ils prévoient, en mars, respectivement 4,3 % et 2,7 %.

L'inflation demeure « élevée, reflétant les déséquilibres entre l'offre et la demande liés à la pandémie, les prix de l'énergie plus élevés et plus largement les pressions sur les prix. » précise la Fed. L'invasion russe en Ukraine et les sanctions contre la Russie ont créé des pressions supplémentaires à la hausse sur l'inflation et pèsent sur l'activité économique mondiale.

De plus, les confinements anti-Covid 19 en Chine ont exacerbé les problèmes sur les chaînes d'approvisionnement. Tout ceci ralentit l'économie américaine.

Le spectre d'une récession plane aux États-Unis, un mal qui pourrait s'avérer incontournable pour sauver la première économie du monde de l'inflation. Cette hypothèse prend de l'ampleur après la décision historique de la Banque centrale de relever fortement ses taux directeurs.

La probabilité « d'atterrissage en douceur » s'éloigne.

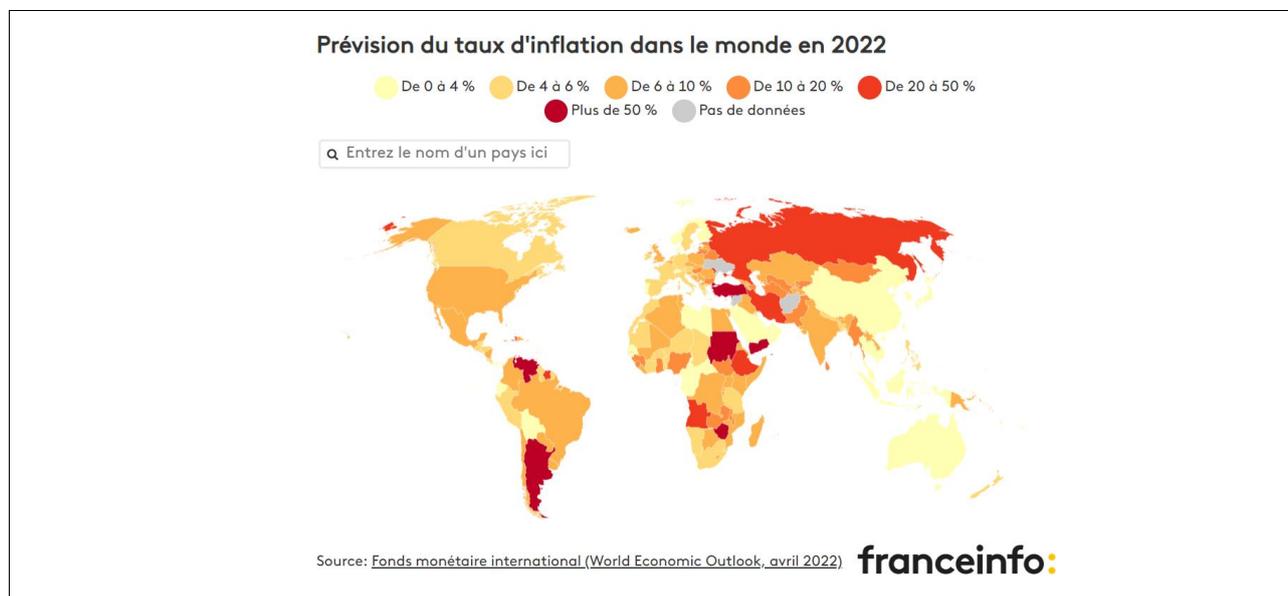
L'économie américaine a d'ores et déjà ralenti avec une contraction de 1,5 % du PIB au premier trimestre. Le début du deuxième trimestre semble montrer que le ralentissement se poursuit dans certains secteurs comme l'industrie manufacturière, l'immobilier et les ventes au détail.

Aux grands maux, les grands remèdes : face à des prix qui n'en finissent plus de grimper, il faut faire ralentir l'économie, tant la demande de la part des consommateurs américains reste forte et l'offre insuffisante.

Et, c'est justement le travail de la Fed. En relevant ses taux directeurs, la Fed incite les banques commerciales à offrir des crédits plus chers aux particuliers et entreprises, qui, par conséquent, sont moins enclins à consommer.

Une inflation qui s'emballe partout dans le monde mais avec de gros écarts entre pays.

Prévision du taux d'inflation dans le monde en 2022



Les chiffres observés depuis le début de l'année confirment l'ampleur de la hausse des prix prévue par le FMI. En mai, l'inflation a par exemple atteint 8,1% dans la zone euro, alors que le FMI table sur un taux de 5,3 % pour 2022.

« Pour voir une telle situation au niveau mondial, il faut remonter à la fin des années 1970 et au début des années 1980 », explique Eric HEYER, directeur du département analyse et prévision de l'Observatoire français des conjonctures économiques (OFCE). Il rappelle toutefois que l'inflation était alors plus élevée qu'aujourd'hui, atteignant par exemple plus de 13 % en France ou aux Etats-Unis en 1980, selon [la Banque mondiale](#).

Après la crise sanitaire, une demande très forte et une offre dégradée

L'inflation subie par les Etats-Unis est le résultat direct de ce choc de la demande post-Covid. « Sous le mandat Trump puis sous le mandat Biden, l'économie a été sur-stimulée par des plans de relance. », explique l'économiste Stéphanie VILLERS.

L'envoi massif de chèques aux ménages américains a, par exemple, favorisé la surconsommation, provoquant un excès de demande par rapport à l'offre.

Cette inflation aurait pu n'être que transitoire si elle n'avait pas été alimentée, dans de nombreux pays, par d'autres facteurs. La reprise de l'épidémie de Covid-19 en Chine, dans un pays où l'Etat recourt à la stratégie dite du « zéro Covid », a notamment mis un coup d'arrêt à la production intérieure. Ce qui a provoqué des conséquences en chaîne : un ralentissement des exportations, des circuits d'approvisionnement mondiaux perturbés, une offre dégradée et donc, au bout du compte, une augmentation des prix.

C'est ce choc de l'offre qui explique la gravité de la crise de l'inflation subie par l'Europe. Sur le vieux continent, la quasi-totalité des pays sont touchés, bien que ce soit de manière hétérogène. Alors que l'inflation devrait, selon les prévisions du FMI, rester en 2022 sous la barre des 6 % au Portugal, en Espagne ou en Allemagne, certains pays pourraient se trouver davantage affectés, à l'instar du Royaume-Uni (7,4 %) ou de la Pologne (8,9 %). Le taux d'inflation devrait même dépasser les 10 % en Bulgarie ou en Lituanie.

La Russie, quant à elle, paie le prix des très lourdes sanctions occidentales, et devrait enregistrer un taux d'inflation supérieur à 20 %.

Les conséquences de la guerre en Ukraine ne s'arrêtent pas aux portes de l'Europe et devraient également toucher de plein fouet les économies émergentes, comme l'Inde, pour laquelle le FMI prévoit un taux d'inflation de 6,1% sur l'année, le Brésil (8,2 %) ou l'Afrique du Sud (5,7 %).

Pourquoi tant de disparités ? Parce que les pays dépendent inégalement des hydrocarbures russes et du commerce mondial. Mais aussi parce que les mesures prises pour freiner la hausse des prix varient d'un état à l'autre. Si la France est relativement épargnée, c'est parce qu'elle est moins dépendante aux hydrocarbures du fait de son mix énergétique, et que le gouvernement a cherché à limiter la hausse des prix au lieu de distribuer des chèques.

Au Venezuela ou en Argentine ; des causes plus profondes

Pour certains pays, l'inflation résulte de causes plus structurelles. Mis à mal par une décennie de crise économique causée par la chute du prix du pétrole et de lourdes sanctions américaines, le Venezuela devrait afficher un taux d'inflation de 500 % pour l'année 2022, le plus élevé du monde. Un chiffre toutefois en baisse par rapport à 2020 (près de 3.000 % selon le FMI) ou 2021 (près de 700 %). Le Soudan, où l'inflation risque d'atteindre 245%, paie le prix d'un coup d'Etat et du gel des aides internationales qui a suivi.

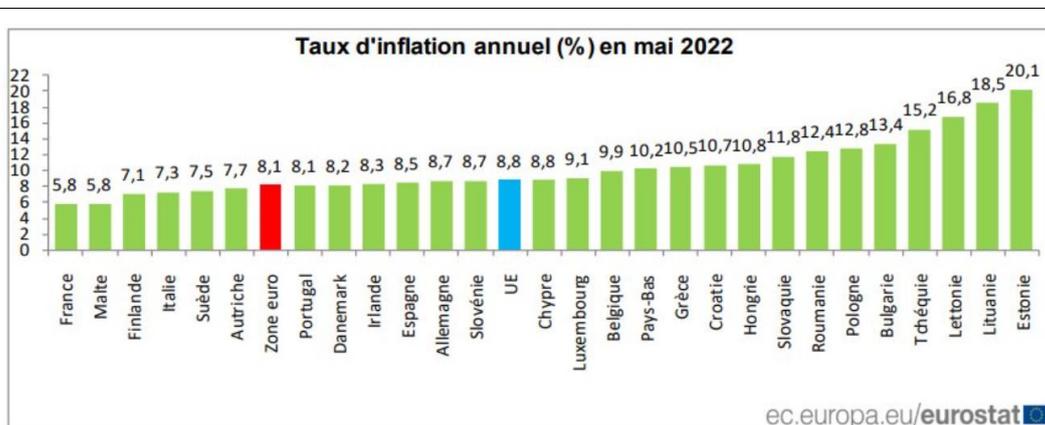
Des perspectives incertaines pour les mois à venir

Conséquence de cette diversité de facteurs, la situation risque d'évoluer différemment selon les régions.

Aux Etats-Unis, la Banque centrale a augmenté ses taux d'intérêt pour réduire la dynamique de reprise. « **Résultat, on commence à voir un essoufflement de la demande**, après que l'inflation a atteint un pic à 8 % », relève Stéphanie VILLERS.

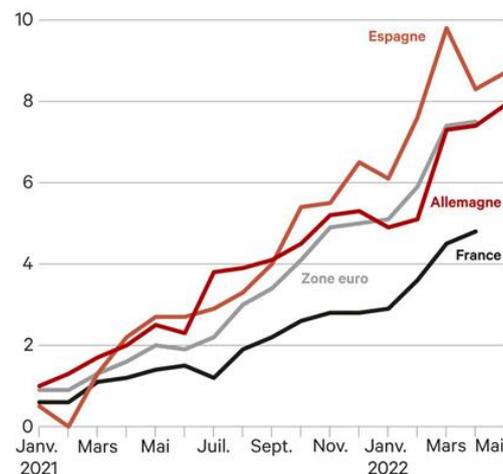
En Europe en revanche, l'avenir est plus incertain. Guerre en Ukraine, évolution de la situation sanitaire en Chine, mesures prises par les gouvernements... Si la Banque centrale européenne (BCE) a déjà prévenu qu'elle relèverait ses taux d'intérêts en juillet, les inconnues restent nombreuses. « *Le pic n'est probablement pas encore atteint* », estime Stéphanie VILLERS. « *Le scénario le plus probable est celui d'un retour à la normale, c'est-à-dire à une inflation autour des 2 %, vers la fin 2023* », prévoit Eric HEYER.

En Europe, aussi le niveau d'inflation diffère fortement d'un pays à l'autre : les actions de gouvernement français limite l'inflation en France :



Les taux d'inflation toujours en hausse

Glissement annuel, en %



SOURCE : BLOOMBERG



Dans la zone euro, les pays avec les taux d'inflation les plus faibles sont **Malte** (5,6 %) et la **France** (5,8 %) en mai 2022. Ceux-ci restent tout de même élevés de façon significative. A l'inverse, concernant le taux d'inflation annuel, ce sont de loin l'**Estonie** (20,1 %), la **Lituanie** (18,5 %) et la **Lettonie** (16,4 %) qui sont les plus touchées par la hausse des prix, suivies par la **Slovaquie** (11,8 %) et la **Grèce** (10,7 %).

La moyenne européenne de l'inflation annuelle en avril 2022 étant égale à 8,1 %, ce sont l'**Allemagne** (7,8 %) et l'**Espagne** (8,3 %) qui s'en approchent le plus sur la même période.

Les causes de cette inflation historique en Europe

Des économies fortes et connues pour faire partie des moteurs de l'Union européenne telles que l'**Allemagne** et l'**Espagne** connaissent des taux d'inflation records. En effet, comme on peut le voir sur la carte ci-dessus, Berlin connaît une inflation annuelle proche des 9 % et Madrid une hausse générale des prix supérieure à 8 %. Nos voisins allemands n'avaient pas connu cela depuis la réunification (soit depuis plus de 30 ans) et nos voisins espagnols subissent la plus forte flambée des prix **depuis trente-sept ans**.

En cause, une inflation qui s'est installée durablement dans les mois qui ont suivi la crise liée au Covid-19 puis avec la reprise économique, couplée à la guerre en Ukraine qui touche le continent européen depuis la fin du mois de février 2022. L'attaque de la Russie sur le territoire ukrainien a causé « une incertitude considérable » pour les perspectives économiques dans l'Union européenne. Ce conflit a produit un « choc d'offre » qui accentue l'inflation et « réduit la croissance simultanément ».

Les prix de l'énergie augmentent ainsi de manière exceptionnelle (ceux du pétrole brut ont bondi de 350 % entre avril 2020 et avril 2022, soit la plus forte augmentation sur deux ans depuis 1973) mais aussi ceux des denrées alimentaires puisque l'Ukraine et la Russie représentent environ 30 % des exportations de blé au niveau international. Dans ce contexte teinté d'un certain pessimisme, Christine LAGARDE (BCE) a prévenu qu'un conflit prolongé aux portes de l'Europe continuerait de faire augmenter les prix - principalement de l'énergie - et le coût global de la vie dans l'ensemble de l'Union européenne.

De fortes conséquences sur le pouvoir d'achat

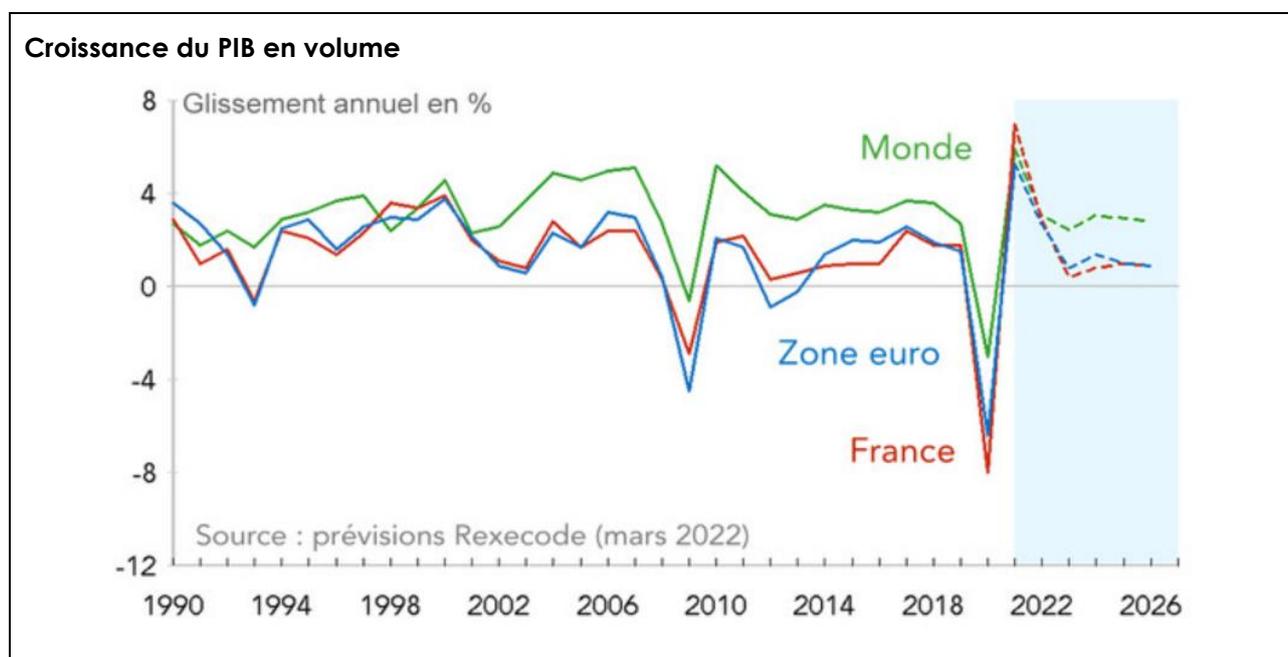
Une évaluation du choc pour les ménages, associé à la hausse des prix de l'énergie en 2022

	Hausse des prix de l'énergie (acquis en mars 2022)		Prélèvement de pouvoir d'achat associé à la hausse des prix à la consommation de l'énergie en 2022			Proportion de la surépargne de 2020 absorbée par la hausse du prix de l'énergie	
	en % par rapport à 2021	Contribution à l'inflation en points d'inflation	en 2022		Surépargne en 2020 % du RDB	en % de la surépargne de 2020	
			en mrd s €	en € par habitant			en % du RDB des ménages
Zone euro	34,5	3,8	229,4	670	3,2	6,4	49,2
Belgique	48,2	5,2	12,5	1083	4,4	7,9	56,3
Allemagne	30,9	3,7	63,8	767	2,9	5,1	57,9
Espagne	35,0	4,1	27,0	570	3,6	6,6	54,7
France	23,1	2,4	29,8	442	1,9	6,3	30,7
Italie	40,9	4,0	40,5	678	3,5	7,5	47,1
Pays Bas	76,0	8,6	30,3	1740	7,3	6,5	112,8

Source : Eurostat, calcul Rexecode

Quelles sont les perspectives pour les prochains mois ?

Vers une croissance très faible en Europe, donc en France



Dans le monde entier, les principaux dirigeants d'entreprise pensent que nous allons entrer en récession.

L'institut de recherche économique américain a interrogé 750 PDG et hauts dirigeants. Parmi eux, quelque 61 % jugent qu'une récession est imminente, au mieux d'ici fin 2023, et 15 % de plus estiment que le ralentissement est déjà en cours. Une récession se définit par deux trimestres d'évolution négative du produit intérieur brut.

Des prix énergétiques historiquement élevés, de nouvelles perturbations dans la chaîne d'approvisionnement, des risques géopolitiques accrus et une érosion de la confiance des consommateurs exercent tous une pression à la baisse sur la croissance mondiale. Cela s'ajoute aux confinements en Chine et aux cascades de conséquences de la guerre en Ukraine.

L'inflation inquiète les dirigeants.

L'inflation vient au premier rang des préoccupations des dirigeants aux côtés de la crainte de représailles cybernétiques après les sanctions contre la Russie.

Face à la hausse des prix et à la volatilité des coûts de l'énergie, **les entreprises ont deux stratégies prioritaires :**

- d'abord, elles **transfèrent ces surcoûts sur les consommateurs** en augmentant leurs prix finaux, comme le reconnaissent 51 % des sociétés.
- Ensuite, **elles « coupent » dans leurs coûts de production**, ce que font 47 % des entreprises, selon l'enquête.

Une autre crainte a émergé dans le sillage de l'invasion de l'Ukraine par la Russie et des sanctions occidentales qui ont suivi, celle de représailles de **Moscou par la voie de cyberattaques**. Pas moins de 90% des dirigeants craignent désormais des piratages de Russie, et 44 % d'entre eux se disent "très inquiets".

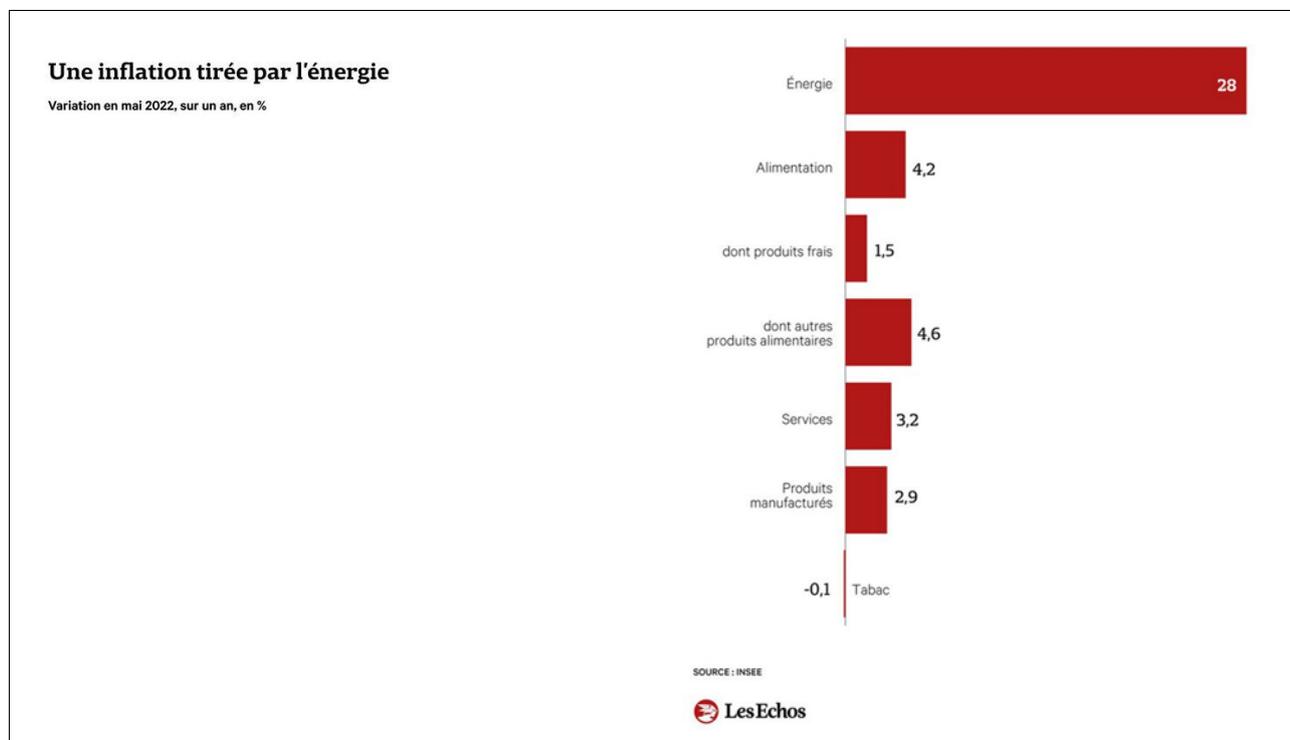
Les patrons jugent que le conflit ukrainien aura un « impact majeur » sur leurs affaires.

Cela représente une volte-face majeure par rapport à leur état d'esprit avant la guerre en Ukraine ; ces attaques étaient la préoccupation de seulement 16 % des patrons. Ces dirigeants restent une majorité (62 %) à être favorables à de nouvelles sanctions secondaires, c'est-à-dire mettre à l'index des pays qui continuent à faire des affaires avec Moscou. Mais plus d'un tiers (35 %) en redoutent les conséquences, estimant que l'impact négatif de nouvelles sanctions sur l'économie sera supérieur aux bénéfices.

Autre conséquence de la guerre en Ukraine et du bond des prix du brut dont la Russie est un producteur majeur, les dirigeants (28 %) sont davantage motivés pour accélérer le recours aux énergies renouvelables. Enfin, l'accroissement des tensions entre la Chine et les États-Unis attire l'attention des PDG : 38 % d'entre eux estiment que ce climat délétère, résultant de la guerre en Ukraine, aura un "impact majeur" sur la conduite de leurs affaires dans les douze prochains mois.

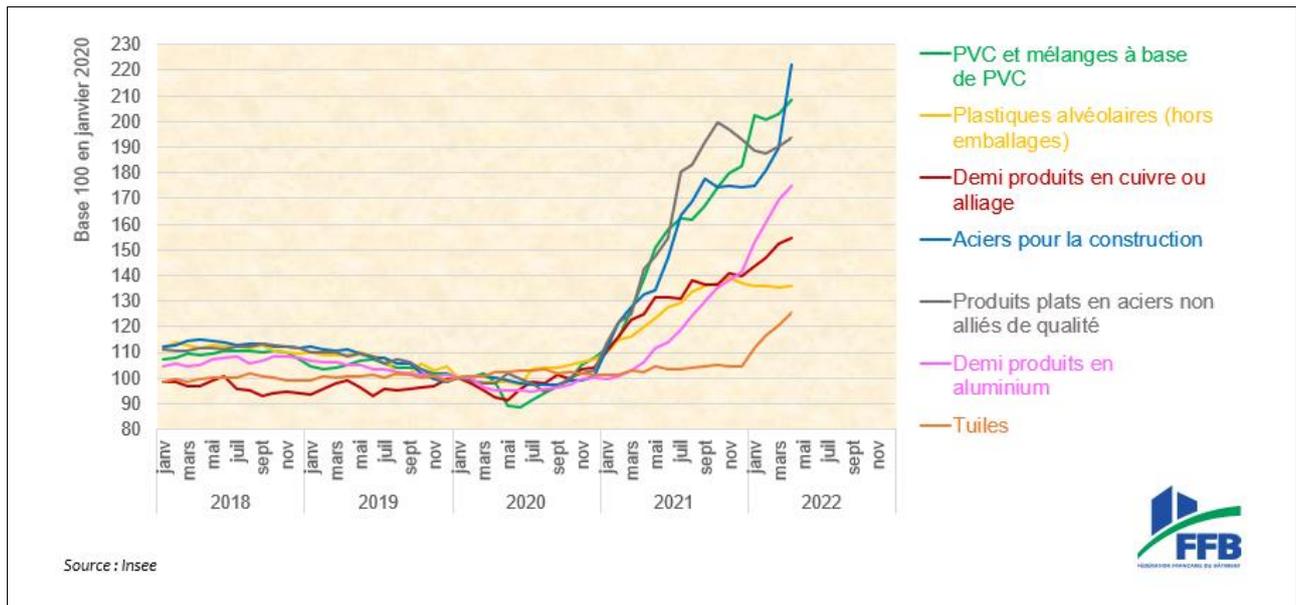
Une évolution des prix qui demeure très difficile à estimer.

L'énergie pèse très lourd dans l'inflation. Mais, l'inflation peut se diffuser plus ou moins rapidement sur les autres produits, à commencer par l'alimentaire.



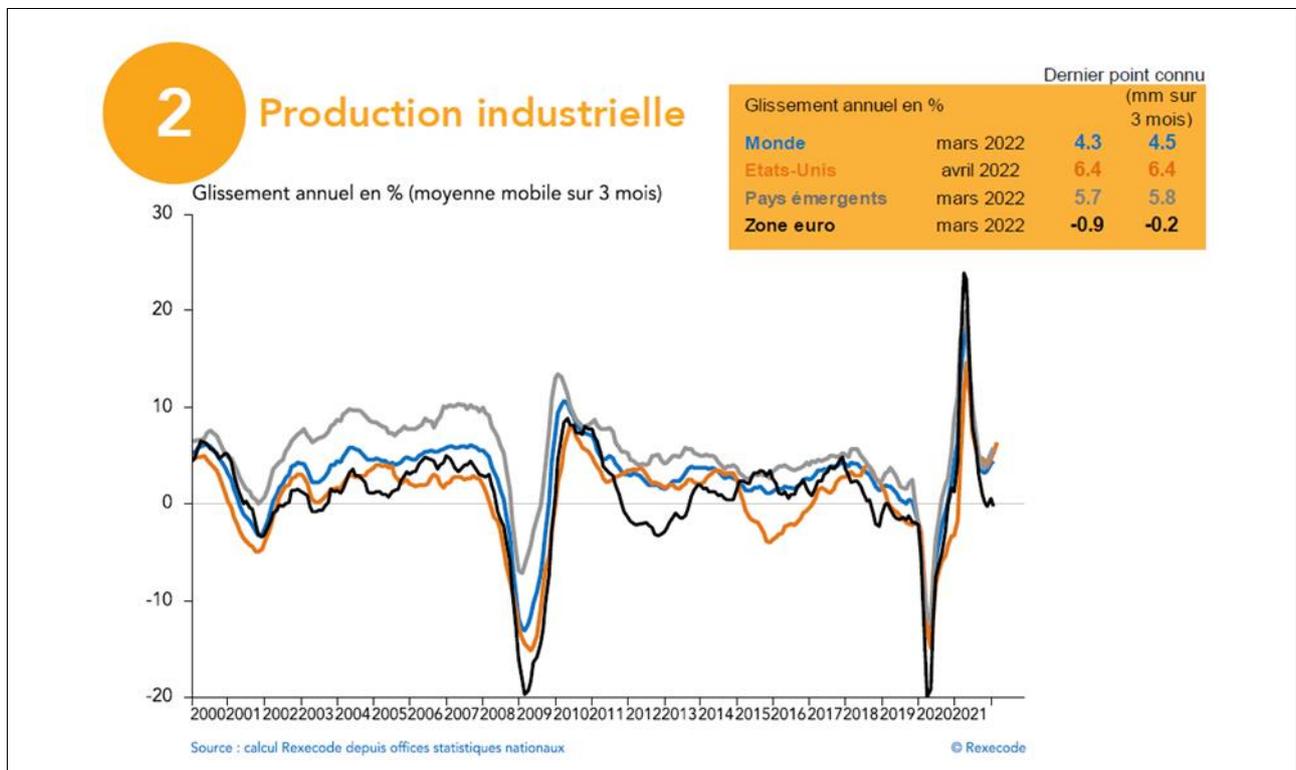
Le prix des matières premières continue de subir des hausses très fortes laissant supposer des coûts d'approvisionnement ou de production des biens manufacturés élevés avec, par voie de conséquence, des impacts sur le modèle économique du commerce (écrasement des marques, coûts d'exploitation).

Indices de prix de production de quelques matériaux

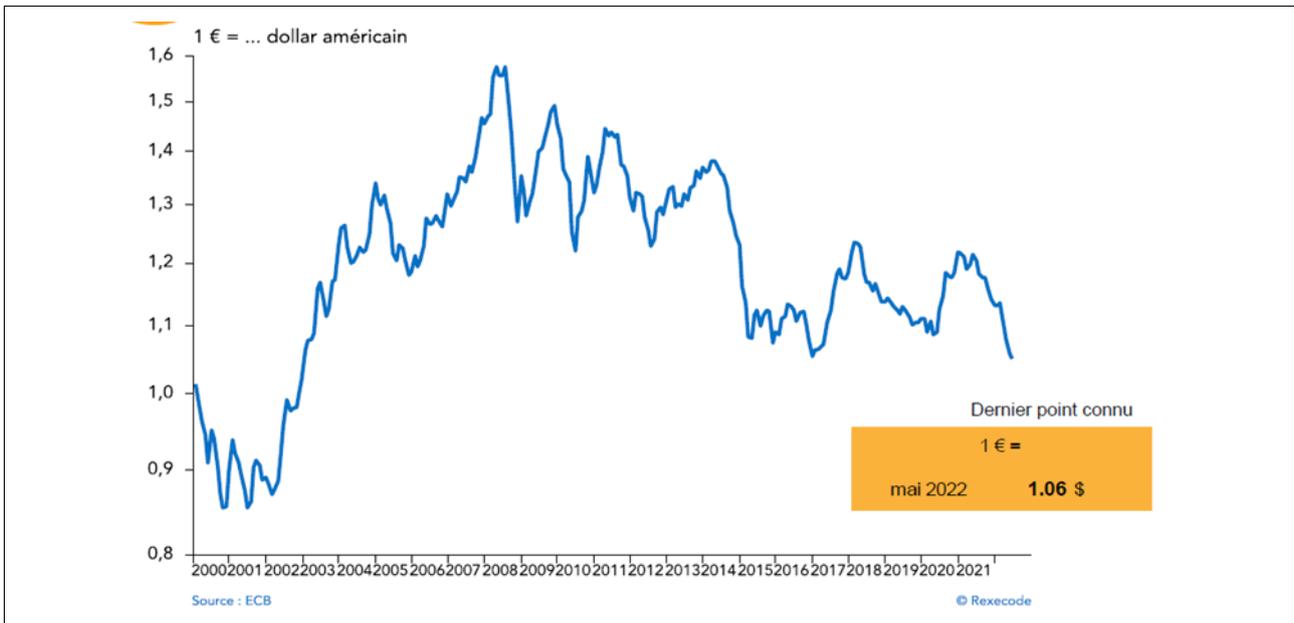


L'augmentation des coûts d'approvisionnement, les problèmes liés aux composants ou matières premières, l'absence de rentabilité de production consécutive à des coûts de l'énergie trop élevés peuvent poser de grosses difficultés de production industrielle en particulier en Europe. Le graphique ci-dessous fait apparaître ces difficultés...

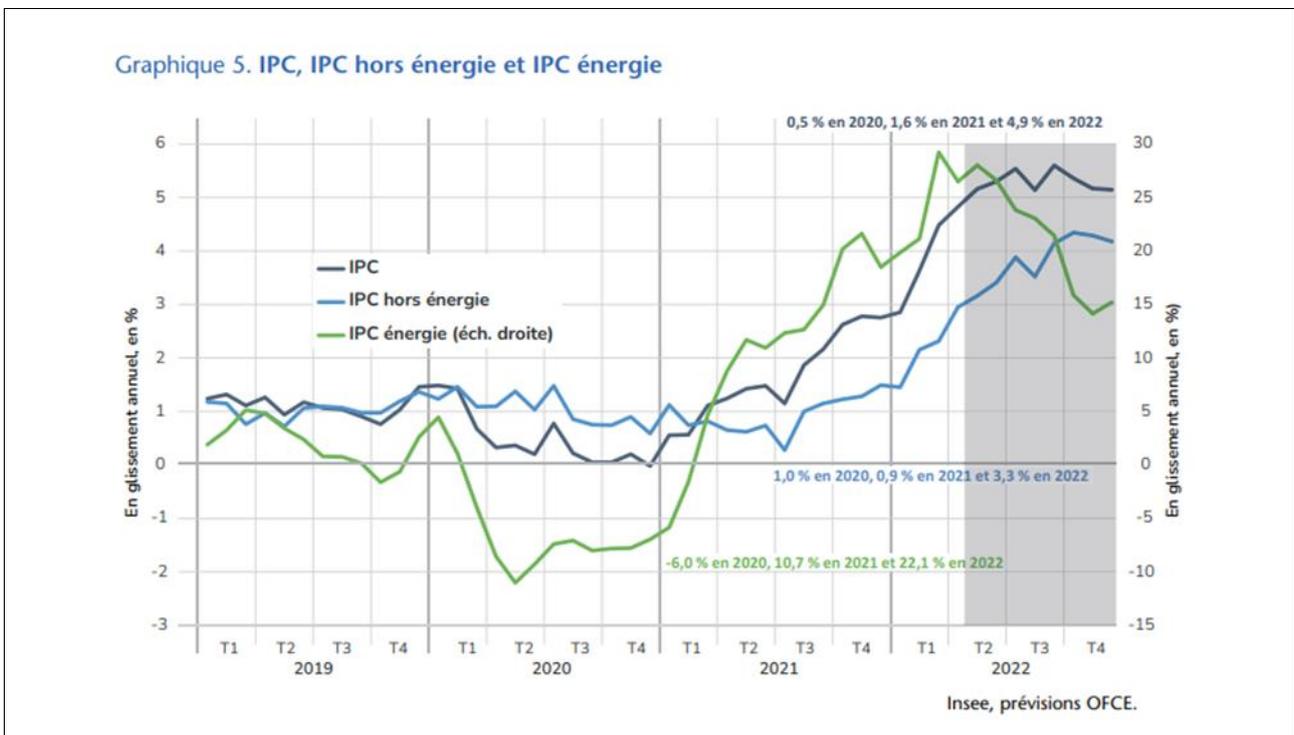
Par ailleurs, les niveaux de production sont également sous contrainte des risques Covid.



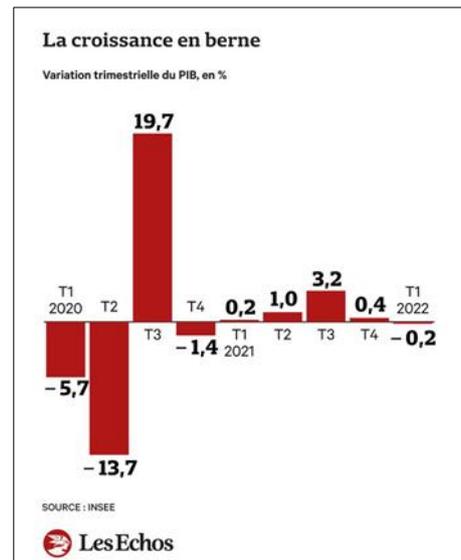
Des coûts d'approvisionnement également soumis aux évolutions des rapports de change, en particulier la parité euro/dollar. La baisse de l'euro génère immédiatement une augmentation des produits importés, donc d'une grande partie des approvisionnements provenant de pays non-européens.



L'inflation en France reste dépendante de la décision du gouvernement sur le « bouclier énergétique » qui n'est prévu à date que jusqu'à la fin 2022 et dont le coût pour les finances publiques s'élève à plusieurs milliards d'euros.

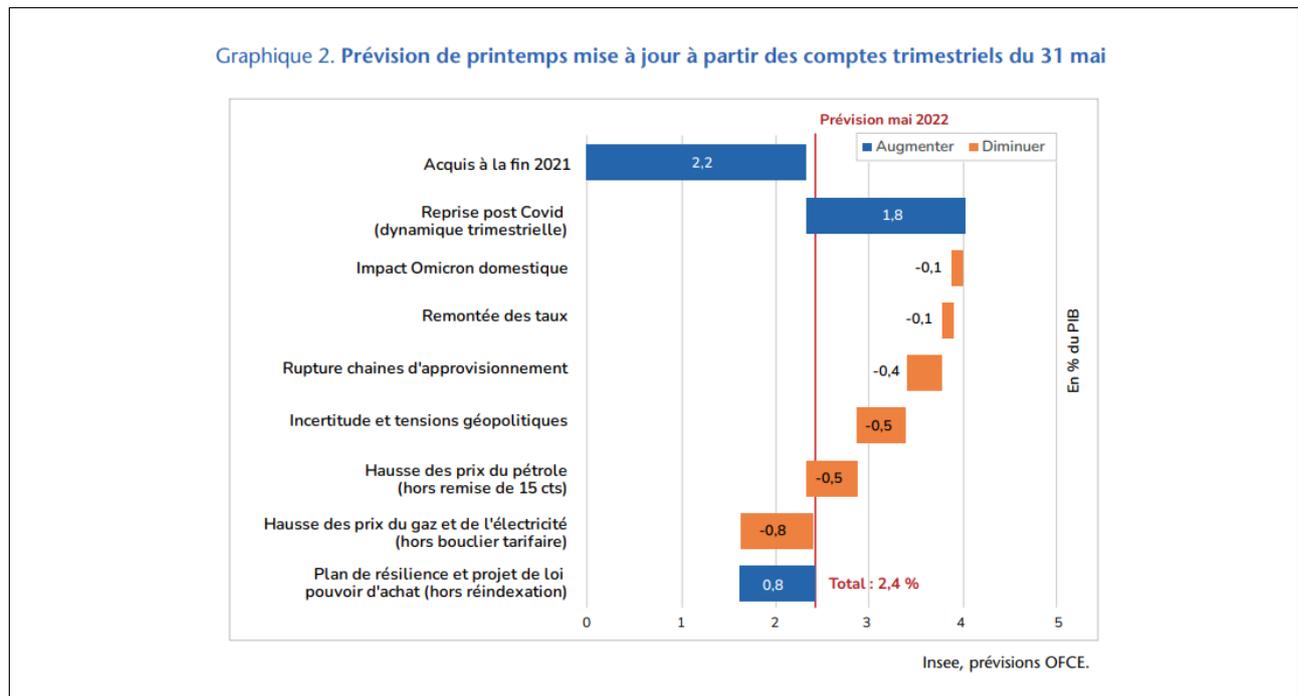


Une croissance qui s'écroule. La situation actuelle met un terme aux espoirs de retour rapide à un niveau de croissance espéré après Covid. La dynamique est rompue. La Banque de France estime que la progression du PIB pour le deuxième trimestre 2022 s'établirait autour de 0,25 % par rapport au trimestre précédent alors qu'il a reculé de 0,2 % au cours des trois premiers mois de l'année.



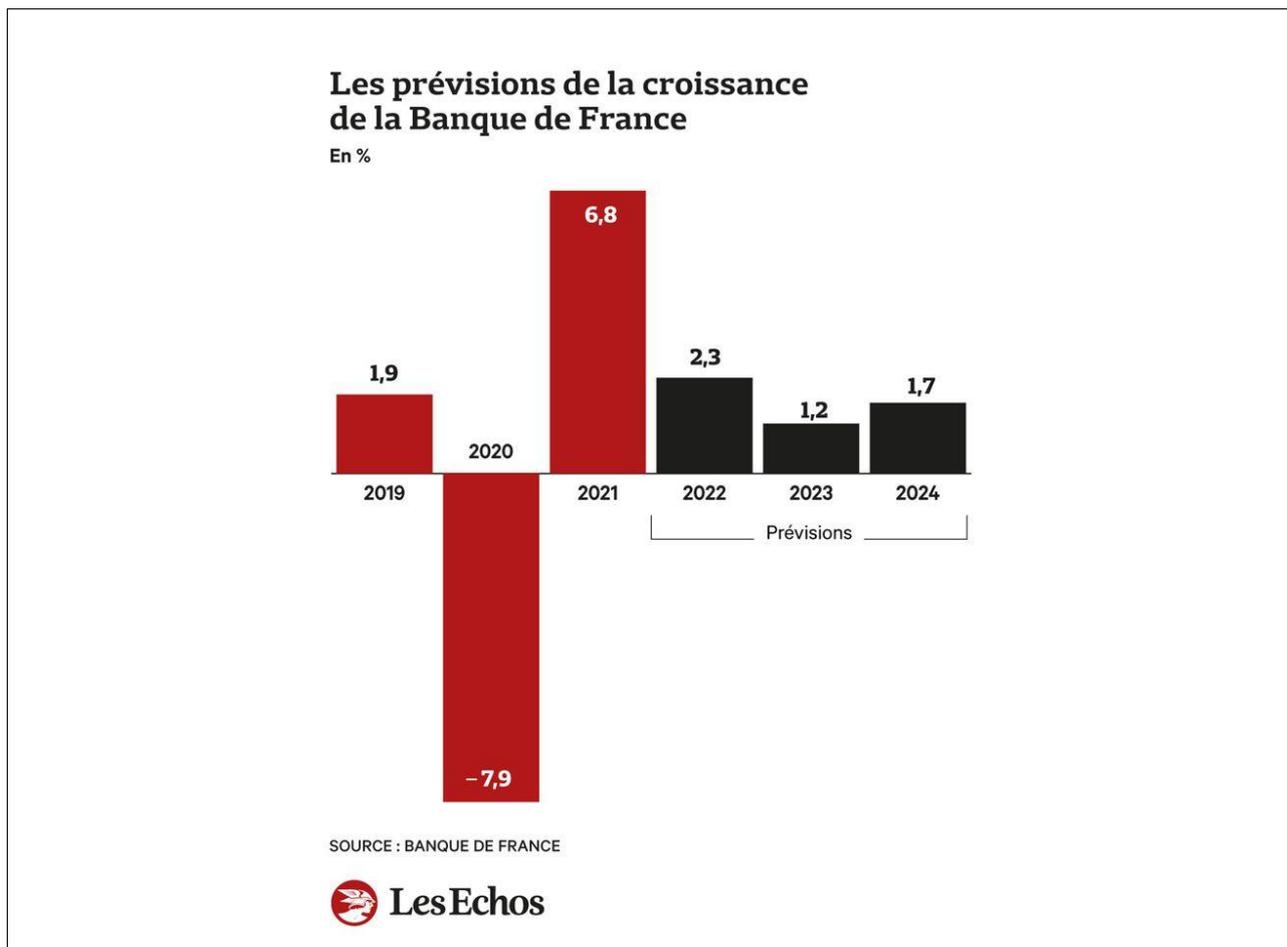
L'OFCE estime que la France devrait avoir une légère croissance en 2022 à 0,8 %

Les graphiques ci-après permettent de comprendre l'impact de chaque évolution actuelle sur la croissance et démontrent le poids des incertitudes géopolitiques, des prix du pétrole, du gaz et de l'électricité.

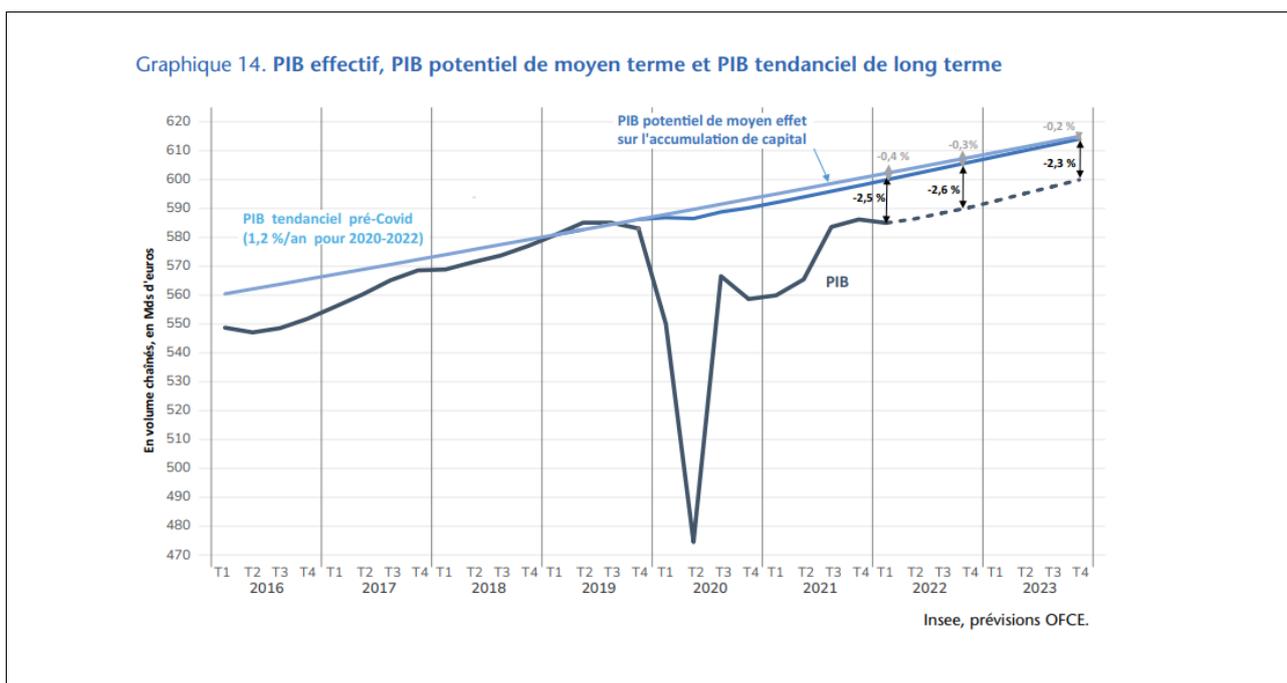


Cette période de grand mouvement politique et macroéconomique recule d'autant l'espoir d'un retour à un niveau de croissance « normale » espéré.

La Banque de France ne prévoit pas de décroissance mais une année 2023 compliquée.



Les prévisions de la Banque de France sur les différents enjeux : croissance, inflation, chômage...



POINTS CLÉS DE LA PROJECTION FRANCE

	2019	2020	2021	2022	2023	2024
PIB réel	1,9	- 7,9	6,8	2,3 (2,7)	1,2	1,7
IPCH	1,3	0,5	2,1	5,6	3,4	1,9
IPCH hors énergie et alimentation	0,6	0,6	1,3	3,3	3,0	2,2
Taux de chômage (BIT, France entière, % population active)	8,4	8,1	7,9	7,4	7,7	7,9
Dette publique (en % du PIB)	97	115	113	112	109	109

Données corrigées des jours ouvrables. Taux de croissance annuel sauf indication contraire.

Sources : Insee pour 2019, 2020 et 2021 (comptes nationaux trimestriels du 31 mai 2022), projections Banque de France sur fond bleuté. Pour la croissance annuelle du PIB en 2022, la projection de 2,3% tient compte de la révision mécanique avec les comptes nationaux publiés le 31 mai 2022. La projection de 2,7% indiquée entre parenthèses est fondée sur les comptes nationaux publiés le 29 avril 2022 qui étaient les seuls disponibles au moment de la *cut-off date* de l'exercice de prévision Eurosysteme.

En conclusion, la situation actuelle est très complexe et donne peu de moyens d'actions de la part des acteurs économiques et des états.

Il faut face à un choc d'offre sur lesquels les moyens d'action sont peu nombreux compte tenu du poids de l'énergie, de la Covid en Chine et de la guerre en Ukraine.

La seule possibilité sur ce point est d'augmenter les taux d'intérêt pour limiter la surchauffe, réduire la consommation et l'investissement mais avec de très dangereuses conséquences possibles sur le risque de récession économique auquel il sera certainement difficile d'échapper, notamment si les États-Unis choisissent cette voie.

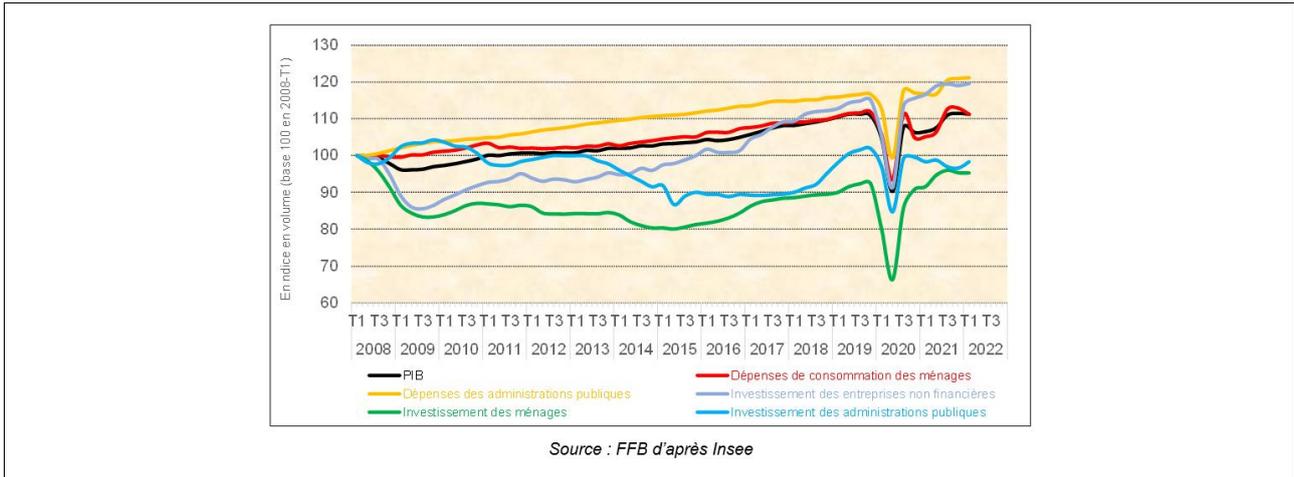
Les moyens d'action de l'Etat sont plus nombreux pour contrer les impacts sur la demande : mesure en faveur du pouvoir d'achat, limitation de l'indexation des loyers, bouclier énergétique, aides pour le carburant ...

- Des difficultés d'approvisionnement liées à des circonstances exogènes sur lesquelles l'économie a peu de prise. La situation de la Covid, en particulier en Asie, laisse encore planer de fortes incertitudes sur la stabilité de la production industrielle dans cette zone au second semestre 2022, en particulier si la Chine maintient sa position « zéro Covid » qui faire porter un risque sur la fermeture d'usines en particulier.
- La situation de tension sur l'offre, la désorganisation du commerce mondial, l'augmentation des coûts de l'énergie ont un impact fort sur le pouvoir d'achat,
- La sur épargne passée et les interventions publiques en France atténuent la portée des conséquences et freinent l'impact du choc de prix sur le niveau de dépenses à court terme mais la situation pourrait ne pas durer.
- La baisse du niveau de dépenses est le premier facteur d'atténuation des difficultés d'approvisionnement.
- Les contraintes d'approvisionnement devraient occasionner une réorganisation des chaînes de valeur (nouveau sourcing, diversification des fournisseurs, substitution capital/travail...) même si les effets à court terme demeurent limités dans beaucoup de secteurs d'activité.
- Ainsi, les substitutions attendues en matière de lieux de production sont souvent limitées par le retour au « business at usual ».
- Des risques importants de baisse de la demande et de la consommation : inquiétude et baisse réelle de pouvoir d'achat (énergie, carburant, loyer de logement, alimentaire), rupture, risque encore pendant de Covid ...

Les conséquences sur la consommation et le commerce

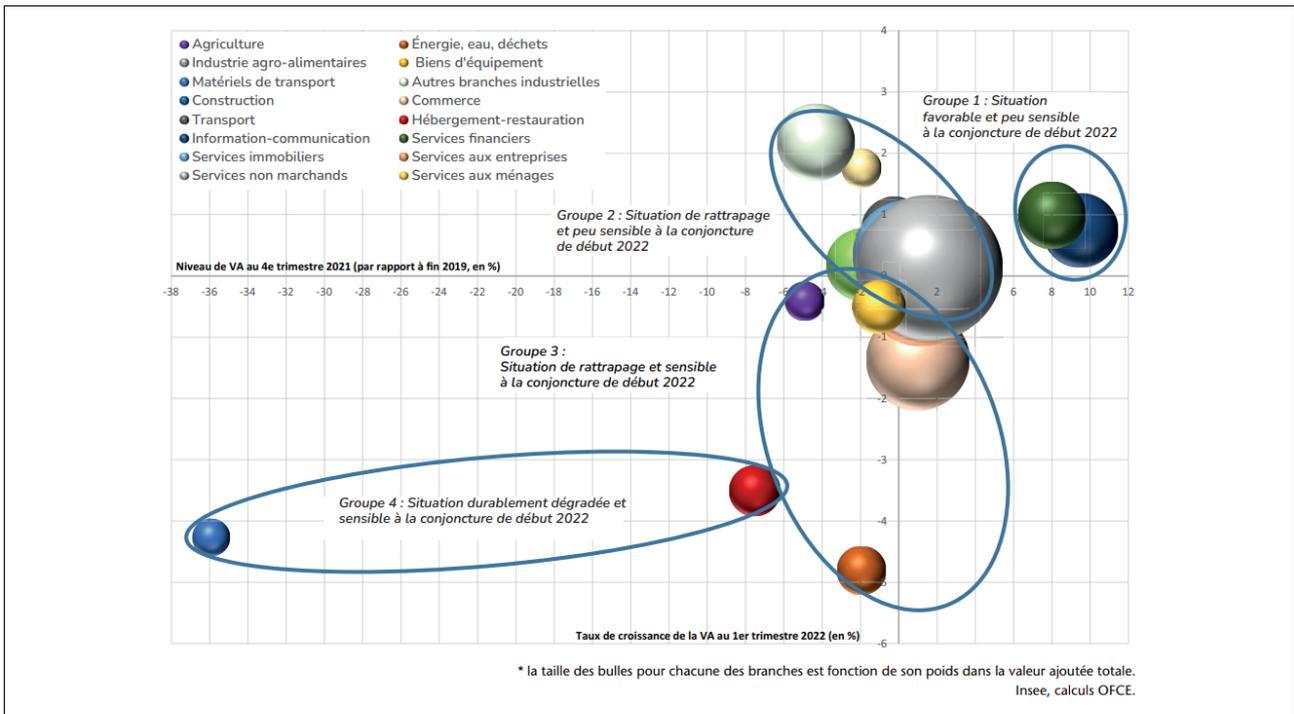
Les conséquences sur la consommation : un danger pour la croissance française compte tenu du poids de la consommation dans la croissance du PIB français.

Lors du 1^{er} trimestre 2022, les ménages ont réduit leur conso de - 1,5 %. Les prévisions de la Banque de France estiment que la consommation devrait augmenter sur l'année de 2,5 % mais avec un glissement mensuel à 0 %.



Le commerce : une activité dont le rattrapage d'activité est très sensible à la conjoncture.

Niveau de valeur ajoutée par branche fin 2021 (par rapport à fin 2019) et taux de croissance de la valeur ajoutée par branche au 1 T22



Le commerce appartient au groupe 3 qui affiche un recul d'activité au premier trimestre 2022 (Industrie énergétique, Commerce, Services aux ménages, Agriculture et Services aux entreprises) ces cinq branches représentant près d'un tiers de la valeur ajoutée totale).

De son côté, le groupe 2 poursuit le rattrapage d'activité malgré la nouvelle conjoncture (Industrie agro-alimentaire, Services de transport, biens d'équipement et autres branches industrielles, Services immobilier, Construction et Services non marchands), ces 7 branches représentant 54 % de la valeur ajoutée totale).

Les revenus des ménages ont été très soutenus par l'Etat pendant la crise Covid.

Sur le plan des revenus, les ménages ne sont pas les acteurs économiques les plus impactés par les deux ans de la période Covid. Le chômage partiel, notamment a permis de sauvegarder une grande part des revenus. Par ailleurs, les ménages n'ont pas eu la capacité de dépenser (consommation, voyage...) et ont donc pu épargner fortement.

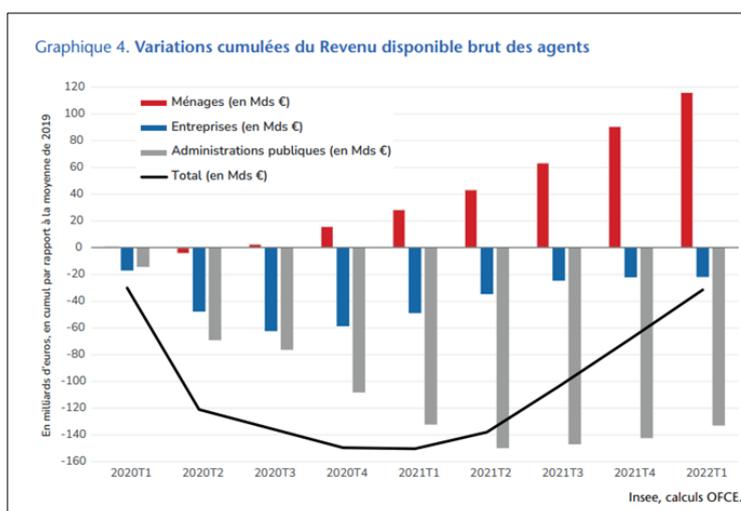
Les pertes se concentrent principalement du côté des administrations publiques (APU) en raison du rôle des stabilisateurs automatiques et de la mise en place des mesures d'urgence et de relance, conduisant à une dégradation du déficit public moyen de 4,2 points de PIB sur la période étudiée (par rapport à 2019).

Du côté des ménages, le revenu disponible a augmenté de 116 milliards en euros courants au cours des neuf trimestres. Avec une consommation largement contrainte, les ménages ont accumulé 169 milliards d'«épargne-Covid» sur la période ; le taux d'épargne des ménages n'ayant jamais retrouvé son niveau d'avant crise, y compris au premier trimestre 2022 malgré la baisse du pouvoir d'achat de 1,8 % sur ce trimestre. Ce chiffre macroéconomique ne reflète cependant pas les situations individuelles des ménages, avec une accumulation d'épargne concentrée sur les ménages les plus aisés et une exposition au choc inflationniste très différente selon le poids de l'énergie dans leur consommation.

Au mois de mars, près d'un quart des ménages ont perdu du pouvoir d'achat malgré les dispositifs mis en place (source OFCE).

Malgré les dispositifs exceptionnels instaurés pour limiter les pertes économiques des agents privés, **les entreprises ont subi des pertes de revenus de 22 milliards** au cours des neuf derniers trimestres.

Les PGE d'environ 140 milliards d'euros, en facilitant aux entreprises l'accès à une trésorerie à faible coût, leur ont permis d'absorber le choc. Enfin, en raison d'une baisse des stocks en valeur de près de 25 % en moyenne sur la période, les entreprises n'affichent cependant pas de nouveaux besoins de financement, ce qui explique en partie la bonne tenue de l'investissement.



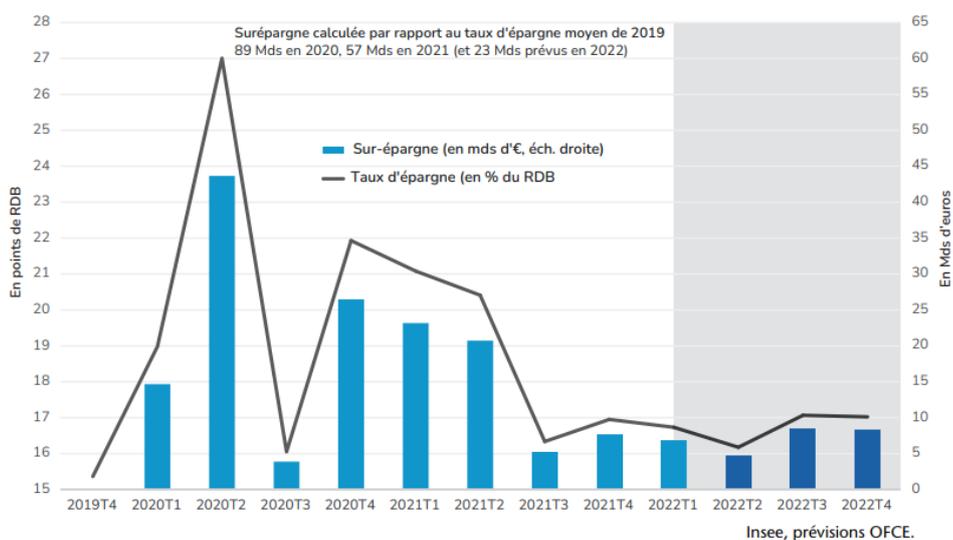
Le taux d'épargne qui reste supérieur à l'avant Covid.

Les chiffres du premier trimestre 2022 indiquent que le taux d'épargne des ménages reste élevé, supérieur à sa moyenne d'avant crise Covid (15 % en moyenne en 2019).

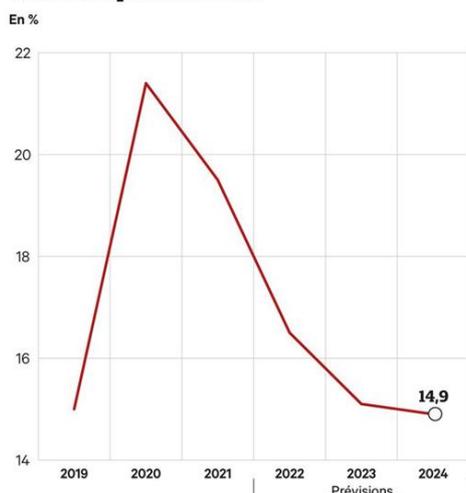
Les ménages n'ont donc pas puisé dans leur bas de laine pour faire face au choc négatif sur le pouvoir d'achat au premier trimestre 2022. Ils ont préféré ajuster très rapidement leur consommation à la baisse de leur revenu réel.

Cela confirme que l'incertitude géopolitique conduirait les ménages à adopter un comportement prudent en termes de consommation, amplifié par la vague Omicron au premier trimestre, générant encore une surépargne sur 2022.

Graphique 10. Taux d'épargne des ménages et « épargne-Covid »



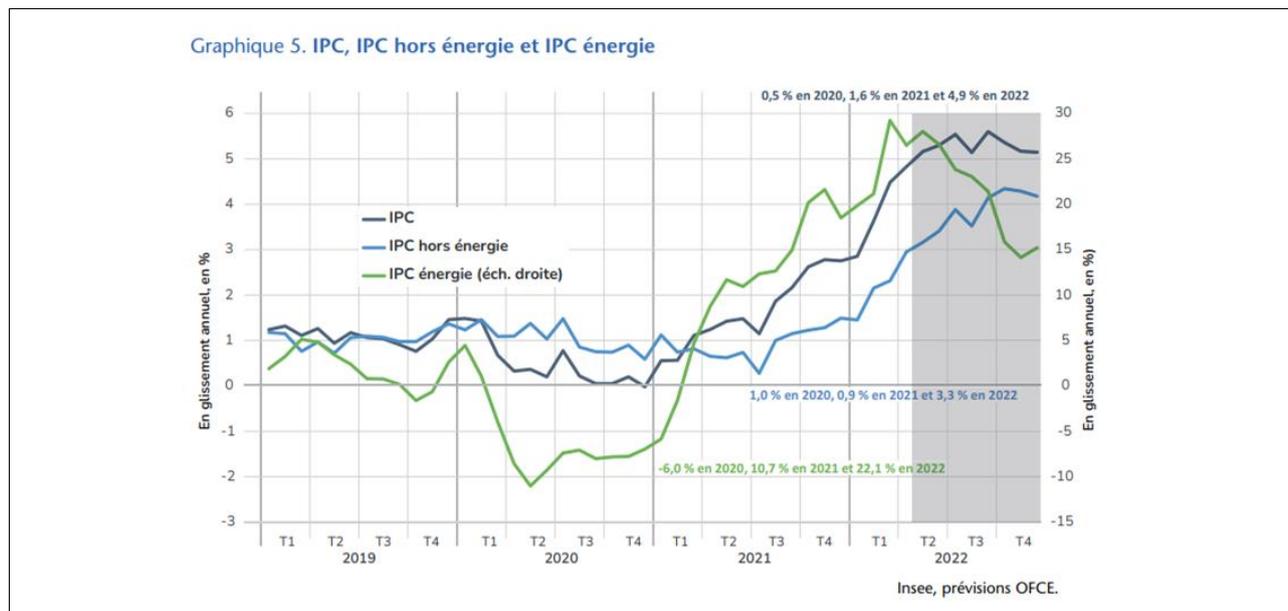
Les prévisions du taux d'épargne de la Banque de France



SOURCE : BANQUE DE FRANCE



Le pouvoir d'achat fortement impacté par la hausse des prix de l'énergie et de l'alimentation.



La forte hausse des prix de l'énergie depuis la fin 2021, malgré la mise en place du bouclier énergétique et la remise de quinze centimes hors taxe par litre de carburant, a conduit à un choc inflationniste qui est venu percuter le pouvoir d'achat des ménages qui a donc reculé de 1,8 % sur le premier trimestre 2022.

Selon les prévisions de l'OFCE, sur la base d'une stabilité des prix de l'énergie à leur niveau actuel (110 \$ pour le baril de pétrole) et le maintien du bouclier énergétique ainsi que la remise de quinze centimes H.T. par litre de carburant jusqu'à la fin de l'année, l'inflation augmenterait en moyenne de 4,9 % en 2022 avec une hausse des prix de l'énergie de 22 % en moyenne sur l'année.

L'inflation hors énergie augmenterait de 3,3 % en 2022 mais atteindrait 4,1 % en moyenne en glissement annuel au second semestre 2022. Les mesures budgétaires spécifiques pour amortir la hausse des prix de l'énergie permettraient de réduire l'inflation de 2,1 points en 2022 pour un coût budgétaire estimé à 1 point de PIB.

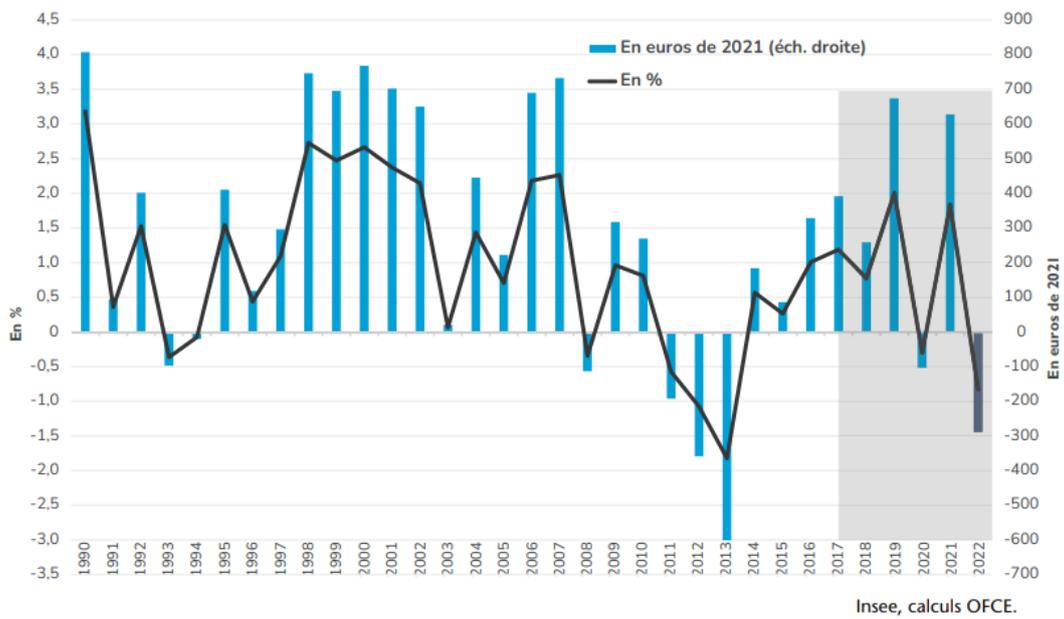
La contraction de pouvoir d'achat est la plus forte depuis 2013 (réforme fiscale).

Selon l'OFCE, le pouvoir d'achat par unité de consommation se contracterait de 0,8 % en 2022 malgré la revalorisation accélérée de 4 % des prestations sociales dès juillet, une hypothèse de hausse de l'indice de la fonction publique de 2 points cet été et la mise en place d'un chèque alimentaire à l'automne.

La baisse du pouvoir d'achat en 2022 serait la plus forte depuis 2013, année marquée par un choc fiscal de grande ampleur.

Cette contraction du pouvoir d'achat pèsera sur la reprise à travers la faible dynamique de la consommation des ménages en l'absence de réduction du taux d'épargne dans un contexte marqué par de fortes incertitudes géopolitiques.

Graphique 6. Variation du pouvoir d'achat par unité de consommation

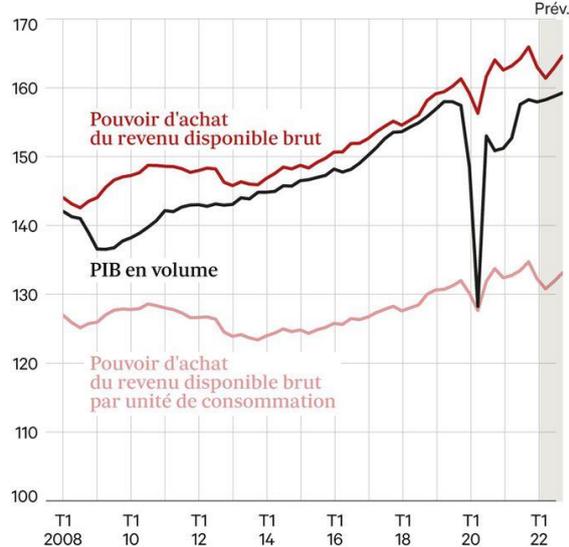


Selon l'INSEE toutefois, le pouvoir d'achat pourrait bénéficier d'un rebond au second semestre 2022.

La situation économique inquiète les Français (sondage Opinionway (22 et 23 juin 2022)).

Le pouvoir d'achat augmenterait au second semestre

Base 100 en 1990

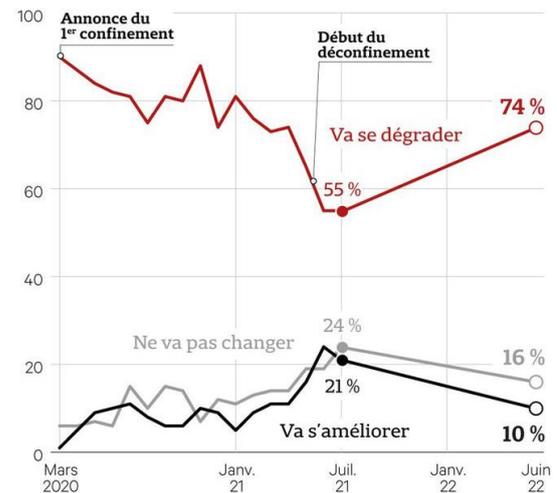


SOURCE : INSEE



Perception de la situation économique à venir

Dans les mois qui viennent, diriez-vous que chacun des éléments suivants va s'améliorer, se dégrader ou ne va pas changer ?



SOURCE : SONDAGE OPINIONWAY-SQUARE RÉALISÉ DU 22 AU 23 JUIN 2022 AUPRÈS DE 1.057 PERSONNES



Un marché du travail qui n'inquiète pas les Français.

La baisse du taux de chômage ; celle-ci a subi un arrêt récent.

L'année 2021 a été caractérisée par un fort rebond des créations d'emplois (+ 591.000 emplois) après de nombreuses suppressions en 2020 (- 217.000 emplois).

Mesuré en glissement annuel en fin d'année, le rebond de l'emploi salarié est encore plus important en 2021 (+ 697.000), tiré à la fois par la levée des mesures sanitaires et les mesures spécifiques créées pour soutenir l'emploi, comme la prime exceptionnelle de 8.000 euros pour l'embauche d'un apprenti qui a été prolongée jusqu'à fin 2022.

Au premier trimestre 2022, la progression de l'emploi salarié s'est poursuivie toutefois à un rythme moins soutenu que précédemment (+ 81.000 emplois créés contre près de + 200.000 par trimestre en milieu d'année 2021), entièrement tirée par le secteur marchand.

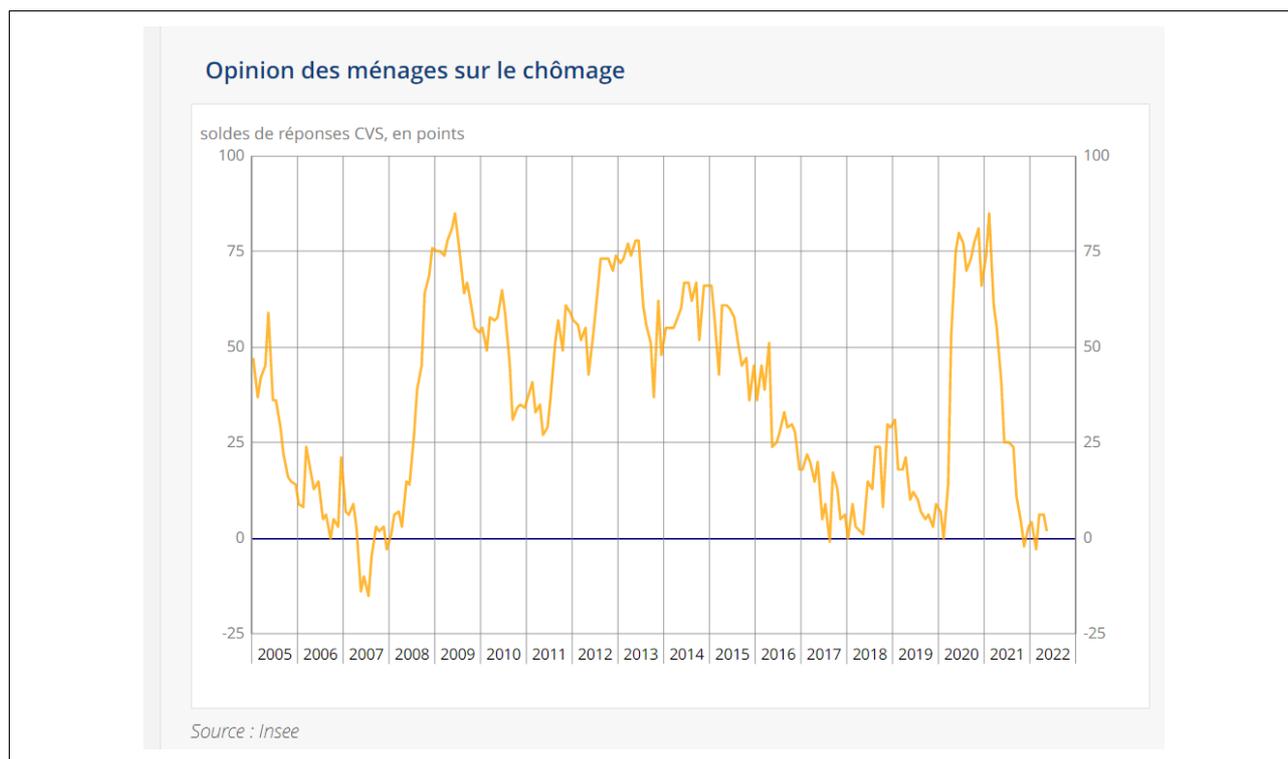
D'après les enquêtes auprès des chefs d'entreprises de l'Insee, les tendances prévues des effectifs se retournent, bien que modérément, en début d'année dans tous les secteurs et retrouvent leur niveau d'avant crise dans le bâtiment et les services mais restent supérieures dans l'industrie.

Malgré tout, les craintes en matière de chômage ne sont pas, à ce jour, une préoccupation des ménages.

Graphique 12. Tendances prévues de l'emploi salarié



Le stress des Français vis-à-vis du chômage reste faible.



La situation actuelle génère des conflits de répartition entre les acteurs, aussi bien au niveau international que sur le marché domestique.

Ceux-ci s'envisagent à trois niveaux :

Le premier est international. Le choc des prix en France est en premier lieu un prélèvement du pouvoir d'achat qui tient à la détérioration des termes de l'échange. Les prix des importations françaises (+ 15,9 % sur un an) progressent bien plus vite que ceux des exportations (+ 11,9 %). Cet écart représente une amputation du PIB en valeur de plus de 11 milliards d'euros, soit 0,5 point de PIB. Une nouvelle répartition de la valeur s'opère ainsi entre économies avec l'évolution de leurs systèmes de prix relatifs.

Le deuxième conflit s'opère parmi les entreprises et dans leurs relations avec l'acheteur public. Selon leur pouvoir de marché et leur secteur, les entreprises se retrouvent en position de preneuses ou de faiseuses de prix. En conséquence, certaines voient leurs besoins en fonds de roulement s'accroître avec le choc des coûts qu'elles subissent, quand d'autres constatent un accroissement de leur cash-flow. La situation générale favorable de la trésorerie des entreprises, dont les dépôts représentent au total jusqu'à 26 % de leur dette (21 % fin 2019), masque ainsi une probable dispersion accrue des situations individuelles.

Le troisième conflit se fait entre catégories d'agents économiques. Il s'agit notamment de la répartition de la valeur ajoutée des entreprises entre rémunérations des salariés et résultats d'exploitation, répartition d'une grande stabilité depuis trente ans en France.

Les salaires réagissent avec retard aux évolutions de prix, les négociations salariales se faisant sur la base de l'inflation constatée plutôt qu'anticipée. Mais ils réagissent : l'élasticité à court terme des minima salariaux de branche à l'inflation est ainsi estimée à 0,6.

Même moindre que l'inflation, l'accélération des salaires semble du reste, amorcée, d'autant que les importantes difficultés de recrutement incitent à une fidélisation accrue de la main-d'œuvre. Cette accélération peut occasionner un autre conflit de répartition, cette fois entre employés selon leur insertion dans le marché du travail. Les écarts entre insiders et outsiders peuvent s'accroître si les évolutions de salaires se font au détriment de créations d'emploi ou de hausse du volume horaire de salariés à temps partiel.

Les ménages modestes davantage touchés

Plus largement, la nature même de la résurgence actuelle de l'inflation et des mécanismes d'indexation qui lui sont liés, pénalise particulièrement les ménages aux plus faibles niveaux de revenus. Tout d'abord, le choc de prix se porte surtout sur les biens de première nécessité, dont le poids dans le budget des ménages décroît avec le niveau de revenu. L'énergie pèse en effet pour 10 % du budget des ménages du premier décile contre 6,8 % pour ceux du décile le plus aisé. De même, les prix des produits alimentaires (+4,2 % sur un an en mai) qui s'accroîtront probablement encore, pèsent lourdement en termes relatifs dans le budget des plus modestes.

Ensuite, l'indice de référence des loyers, qui fixe les plafonds des augmentations annuelles de ceux-ci est calculé à partir de la moyenne de l'évolution des prix (hors tabac et loyers) sur les douze derniers mois. L'indexation des loyers entretient ainsi la boucle inflationniste. Elle pose la question de la répartition entre propriétaires et locataires et joue dans un sens anti-redistributif.

Entre deux locataires hors logements sociaux, le taux d'effort pour se loger varie du simple au double selon qu'il se retrouve dans le quartile le plus élevé ou le plus bas du niveau de revenu. Un ménage locataire sur cinq consacre plus de 40 % de ses revenus à son logement.

Notons enfin que seuls 23 % des ménages du premier quartile étant endettés (contre 68 % pour ceux du dernier quartile), bénéficient relativement moins du désendettement réel qu'occasionne l'inflation en érodant la valeur des dettes anciennes.

La mécanique anti-redistributive de l'inflation s'exerce ainsi par plusieurs leviers ; ce qui invite à cibler les éventuelles interventions visant à en limiter les dommages vers les ménages les plus modestes.

L'indexation des loyers comme mode de répartition des conséquences de la situation actuelle entre les acteurs économiques

Selon l'OFCE, l'impact de l'indexation du loyer des logements aurait un impact conséquent sur le pouvoir d'achat des ménages.

Selon l'OFCE, si l'ensemble des loyers du secteur privé était revalorisé de 5 % cela amputerait en moyenne de 370 euros le revenu disponible des ménages locataires.

À l'inverse, un gel des loyers représenterait sous cette hypothèse, une perte de revenu de l'ordre de 600 euros annuels pour les propriétaires (il y a 3,5 millions de multipropriétaires).

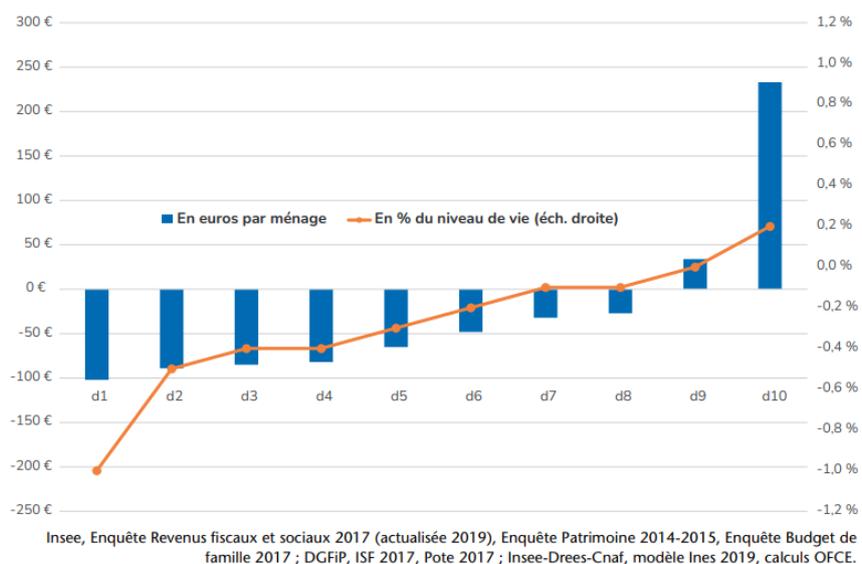
Ces résultats permettent néanmoins d'illustrer une partie de l'impact redistributif de la question.

L'impact redistributif d'une revalorisation globale de 5 % des loyers du parc privé selon les déciles de niveau de vie, les ménages locataires étant plus présents dans le bas de la distribution et les bailleurs sur-représentés dans le haut de celle-ci.

D'un point de vue purement redistributif, les propriétaires bailleurs du parc privé semblent plus à même d'absorber le choc que les locataires du même parc. D'une part, parce qu'ils sont globalement plus aisés et d'autre part, parce que leur niveau de vie laisse supposer qu'ils font, pour la plupart, partie des ménages ayant pu accumuler de l'épargne au cours de la crise sanitaire.

L'une des solutions pourrait être de revaloriser l'ensemble des loyers non pas sur l'IRL mais sur une fraction de celui-ci. Une autre résiderait dans le changement de calcul de l'IRL11 en y soustrayant par exemple l'évolution des prix de l'énergie.

Graphique 9. Impact d'une revalorisation des loyers du secteur privé de 5 % par décile de niveau de vie



Situations des consommateurs et consommation

Les consommateurs français de plus en plus préoccupés par les prix.

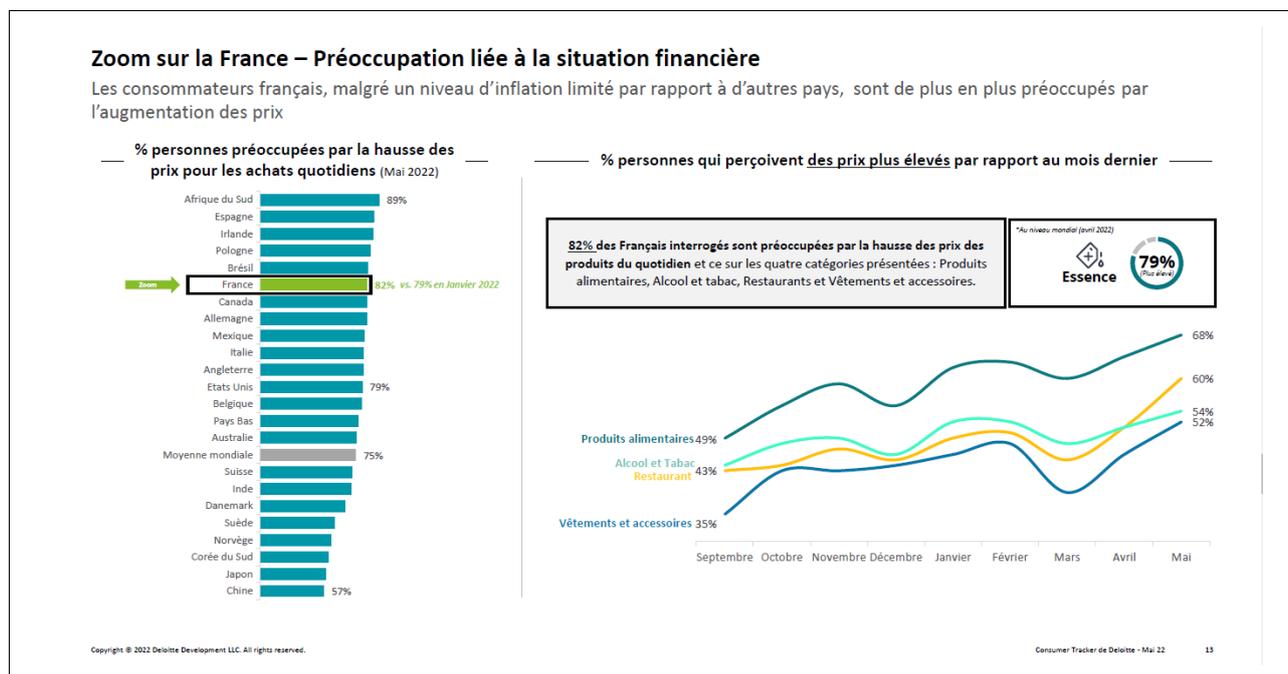
Alors que le taux d'inflation en France est nettement inférieur à celui d'autres pays (5,2 % en France, 10,1 % en Grande Bretagne par exemple), l'inquiétude des Français vis-à-vis des prix est supérieure à celle des consommateurs de la plupart des autres pays.

Par ailleurs, cette inquiétude progresse fortement au fil des mois, et en premier lieu, sur les produits alimentaires depuis septembre 2021.

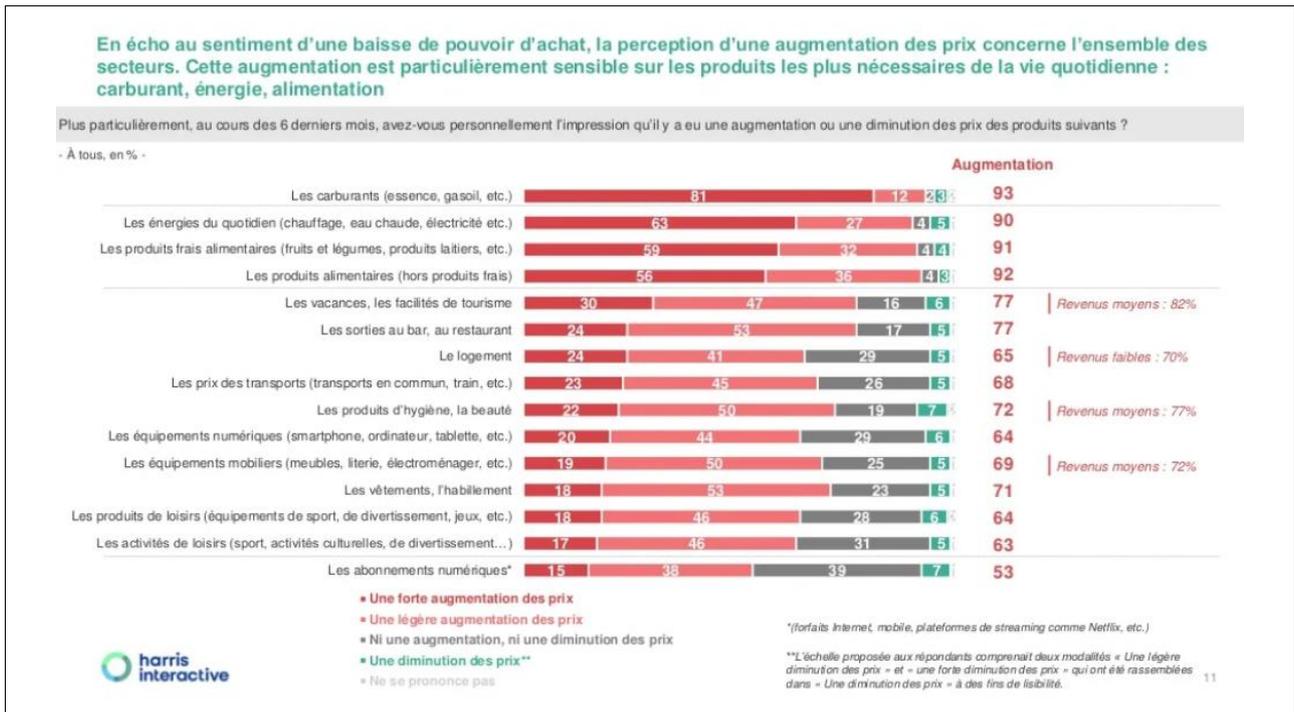
On observe que l'inquiétude vis-à-vis des prix en restauration augmente depuis moins longtemps mais très fortement depuis mars 2022.

Quant aux prix du textile et habillement, les inquiétudes sont moins prégnantes mais l'augmentation de la tension est très sensible depuis mars 2022.

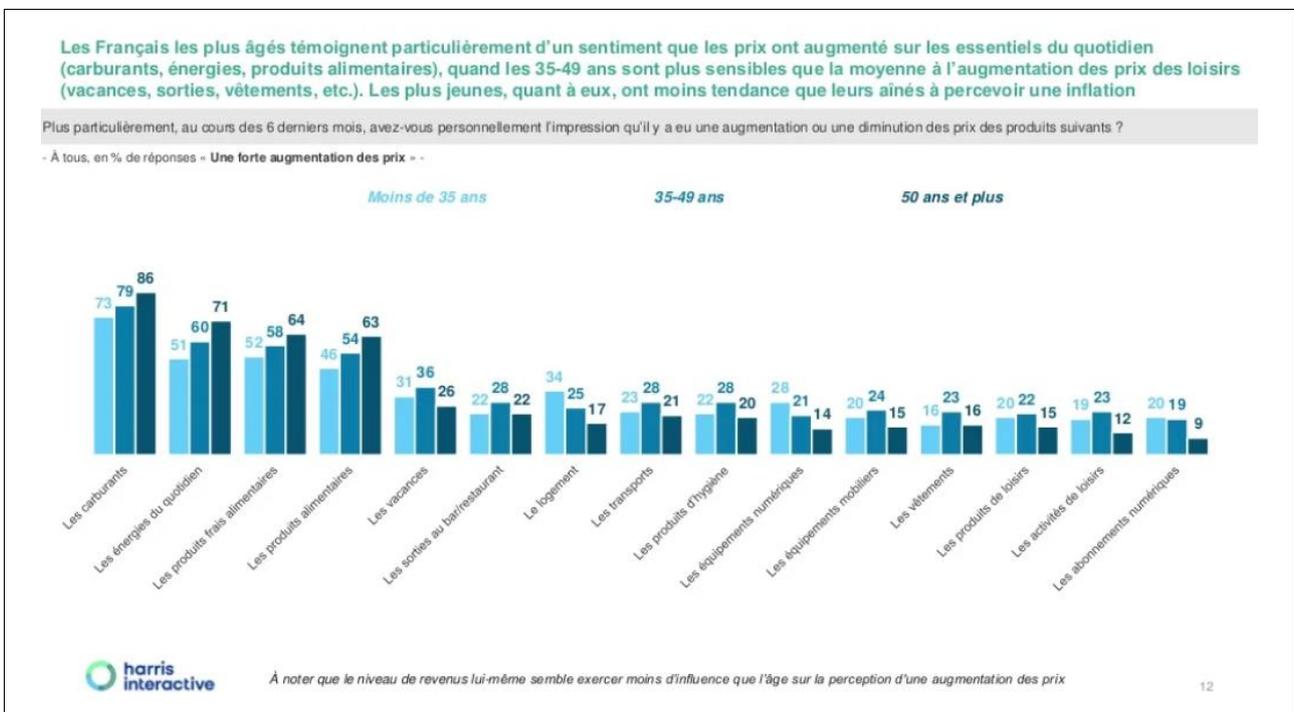
Il est évidemment logique que l'inquiétude débute sur les achats indispensables du quotidien (alimentaire) avant de se diffuser ensuite vers les achats moins urgents tels que l'habillement.



L'inquiétude sur les prix en priorité sur les produits du quotidien et le carburant.



Les plus âgés sont plus sensibles aux prix des produits du quotidien et les 35-49 ans, à ceux des loisirs. De manière surprenante, les moins de 35 ans semblent moins préoccupés par ces questions d'augmentation de prix.



Des prix alimentaires qui augmentent fortement, certains surtout liés à la nourriture de base des ménages, donc non-arbitrables.

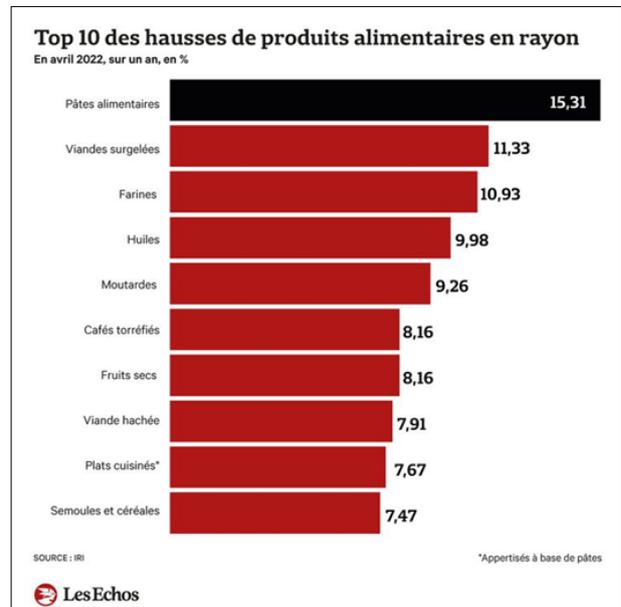
Les problèmes de sur-demandes (provision par peur de la pénurie), les conséquences de la guerre en Ukraine (Blé donc pâtes, céréales...), de récolte (moutarde au Canada...) : c'est manifestement un choc d'offre et une désorganisation de la production qui génèrent cette situation.

Nielsen a estimé que les impacts de l'inflation pourraient être estimés à 90 € par mois par ménage pour les achats obligatoires (hors abonnement, loyer...). Avec un revenu de 1.300 euros nets, c'est 7 % du revenu qui disparaît !

Avec 20 % de hausse, les carburants contraignent déjà à acquitter en moyenne 27 € de plus par mois.

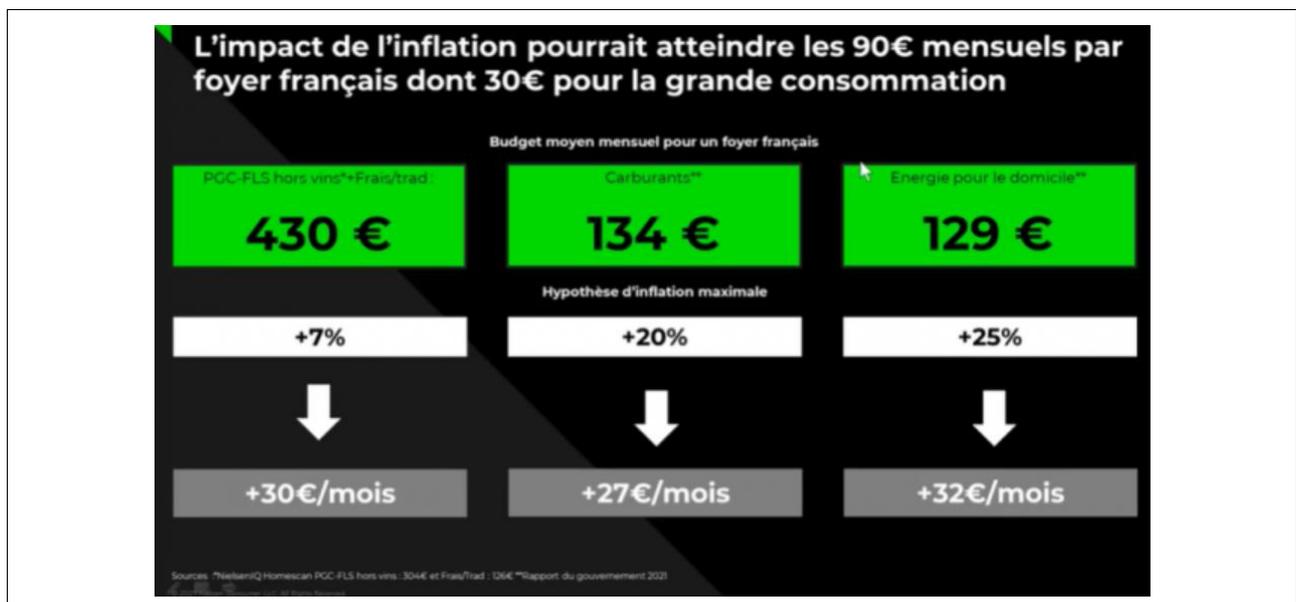
Quant aux factures d'énergie, en hausse de 25 %, elles provoquent des prélèvements supplémentaires d'un montant moyen de 32 € par mois.

La hausse générale de 7 % des produits de consommation courante, attendue cet été, entraînera enfin une dépense supplémentaire de 30 € par ménage chaque mois.

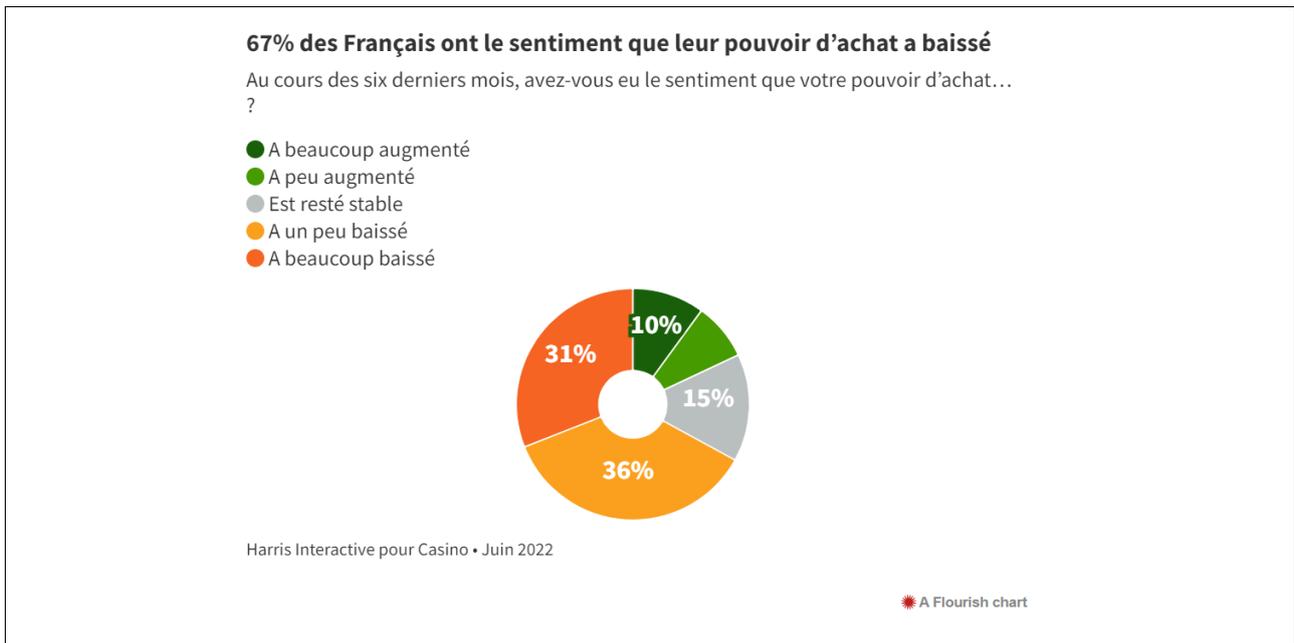


Un impact qui varie selon la composition du foyer.

Ce dernier surcoût varie bien sûr selon la composition du foyer. Une famille paiera par exemple ses courses 38 € de plus chaque mois à cause de l'inflation, alors qu'un couple sans enfant verra ce surplus limité à 21 €.

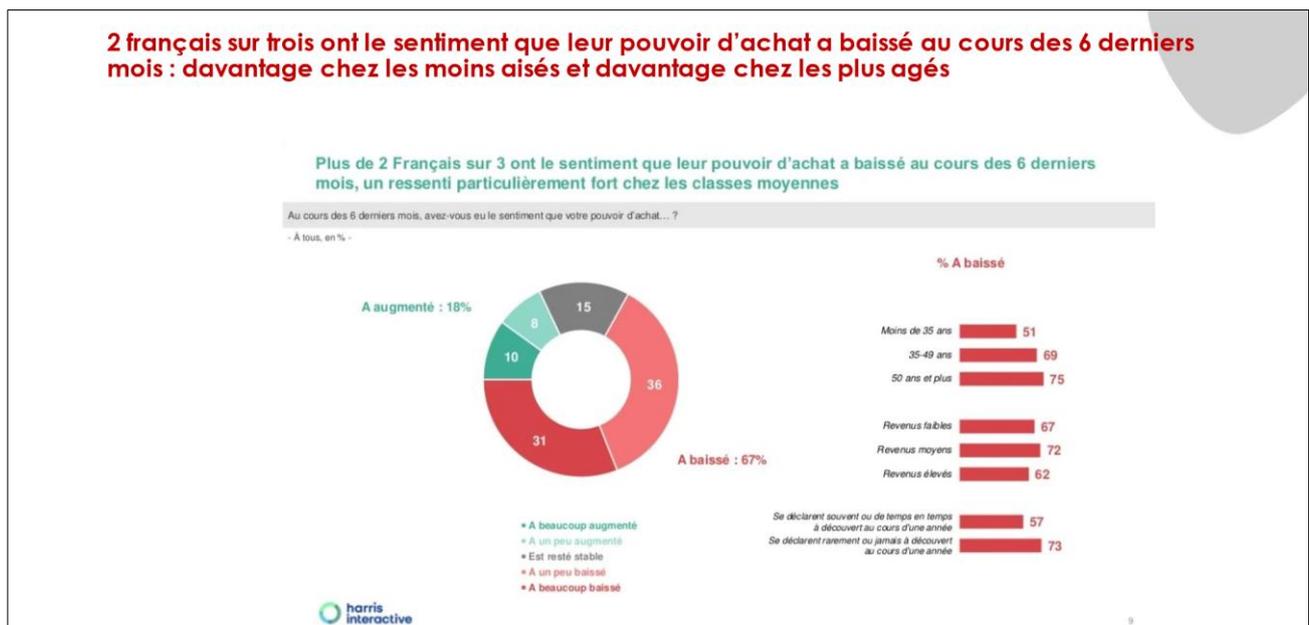


De fortes perceptions de baisse de pouvoir d'achat pour une majorité des consommateurs.



Ce ressenti est d'autant plus fort chez les ménages les moins aisés et les personnes âgées.

Les ménages les plus modestes sont évidemment ceux qui mesurent le plus rapidement les conséquences des hausses des dépenses contraintes (alimentaire, énergie, carburants) sur le revenu disponible pour les autres achats. De même, le budget alimentaire et d'énergie pèse plus lourd dans le budget des personnes âgées qui ont moins d'activité et autres achats (équipement de la maison, loisir, restaurant, habillement), leur perception de l'augmentation de ces produits est donc plus palpable immédiatement.



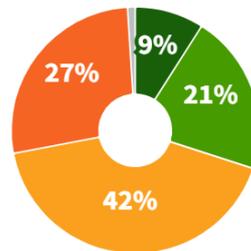
Pour l'avenir, les consommateurs ne sont pas optimistes en ce qui concerne leur anticipation de pouvoir d'achat puisqu'ils sont plus de la moitié (62%) à estimer que celui-ci baissera encore dans les prochains mois, et plus de deux sur trois à penser que le plus dur est encore à venir.

Et des consommateurs qui disent se priver pour des raisons de budget.

Sept Français sur dix ont aujourd'hui le sentiment de devoir faire des efforts importants pour maintenir leur budget à l'équilibre

Aujourd'hui, avez-vous le sentiment de devoir faire des efforts pour maintenir votre budget à l'équilibre ?

- Non, pas d'effort
- Oui, mais des efforts pas importants
- Oui, des efforts plutôt importants
- Oui, des efforts très importants
- Ne se prononce pas



Harris Interactive pour Casino • Juin 2022

A Flourish chart

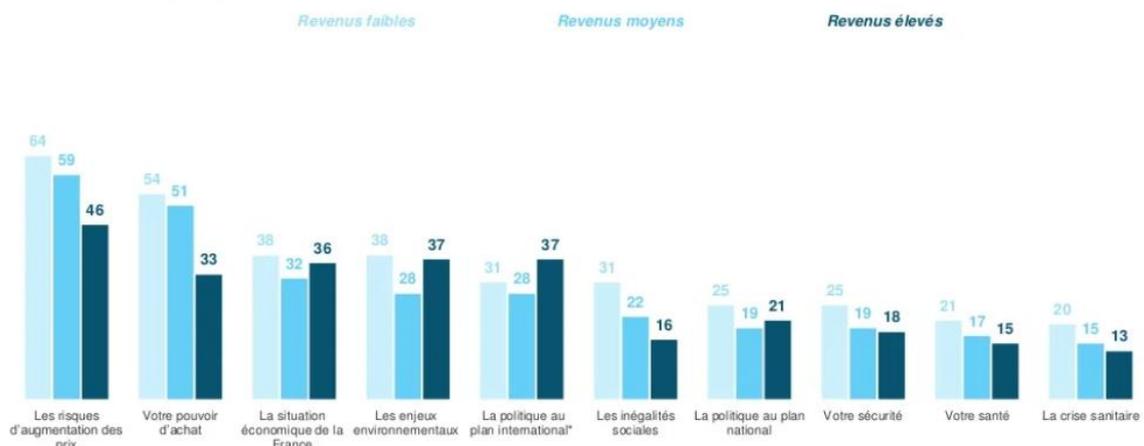
Sept Français sur dix ont aujourd'hui le sentiment de devoir fournir des efforts importants pour maintenir leur budget à l'équilibre. Une tension particulièrement élevée pour les plus modestes, puisque près de huit Français sur dix aux revenus faibles estiment devoir effectuer d'importants efforts contre plus de deux sur trois pour ceux aux revenus moyens, et un sur deux aux revenus élevés.

En fonction des revenus, des citoyens préoccupés en priorité par les prix (les plus modestes) ou la situation internationale (les plus aisés).

Les Français les plus modestes manifestent une inquiétude particulière à l'égard des tensions sur les prix et le pouvoir d'achat, quand les plus aisés gardent un peu plus de distance et tiennent davantage compte les enjeux environnementaux et internationaux que la moyenne

Aujourd'hui, diriez-vous que vous êtes préoccupé(e) ou non par chacun des aspects suivants ?

- À tous, en % de réponses - Très préoccupé(e) - -



harris interactive

*guerre en Ukraine, Union Européenne, OTAN, etc.)

8

A quels achats les Français sont-ils prêts à renoncer (*) ?

Il y a certaines dépenses sur lesquelles les Français refusent de rogner.

- Tout d'abord, pour un quart d'entre eux : l'alimentation, budget sur le podium des priorités pour plus de la moitié des Français. Ce poste de dépenses apparaît comme le plus incompressible alors qu'il est également considéré comme le secteur dont les prix ont le plus augmenté.
- Arrivent ensuite, l'hygiène, les énergies et le logement.

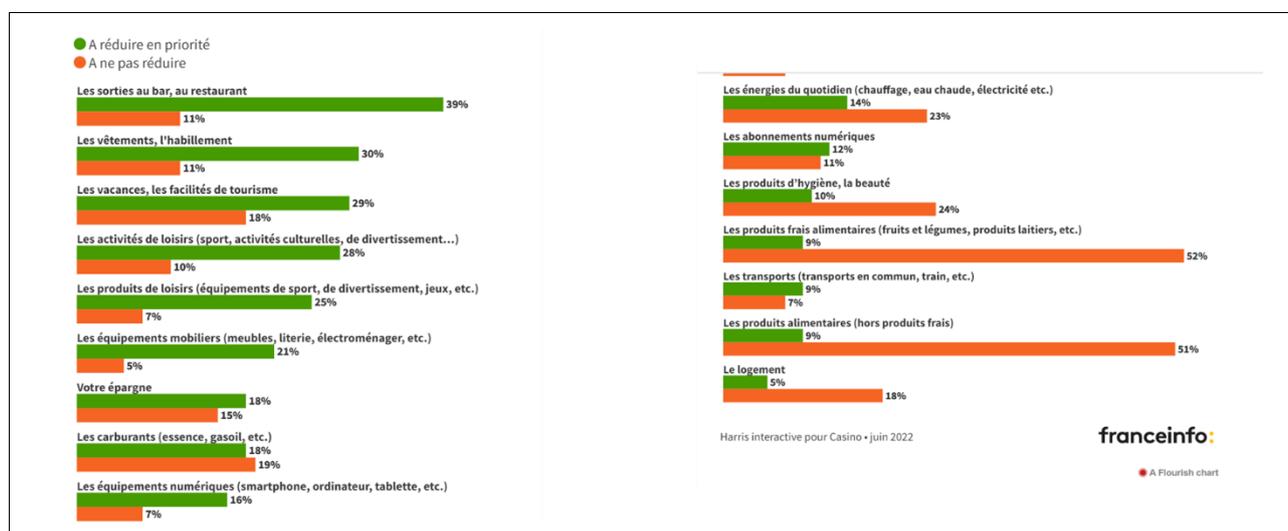
Dans ce contexte, six Français sur dix se tournent désormais « le plus souvent possible » vers des produits en promotion et plus de quatre sur dix utilisent également dès qu'ils le peuvent des bons de réduction ou d'achat.

Les achats auxquels les Français se disent prêts (ou obligés) à renoncer sont :

- Les restaurants et sorties,
- Les vêtements qui arrivent en seconde position avec 30 % de répondants prêts à réduire leurs achats.
- Les vacances,
- Les loisirs,
- Les achats d'équipement de la maison, les équipements numériques et le carburant arrivent bien après en matière d'achats « sacrificiables ».

(*) Sondage Harris Interactive pour les enseignes Casino, réalisé en ligne les 6 et 7 juin 2022 sur un échantillon de 1.013 personnes représentatif des Français âgés de 18 ans et plus, et selon la méthode des quotas.

Les dépenses sur lesquelles les Français sont prêts à rogner et celles auxquelles ils ne veulent pas renoncer.



Prévisions de pouvoir d'achat et de consommation (Banque de France).

Selon la Banque de France, la consommation devrait subir une baisse de croissance jusqu'en 2024, le pouvoir d'achat baissant en 2022 pour ensuite se redresser progressivement pour atteindre une augmentation de + 1,5 % en 2024.



Les entreprises sous pression face aux incertitudes et aux chocs simultanés d'offre et de demande

L'investissement se maintient à un haut niveau mais ne tire plus la croissance.

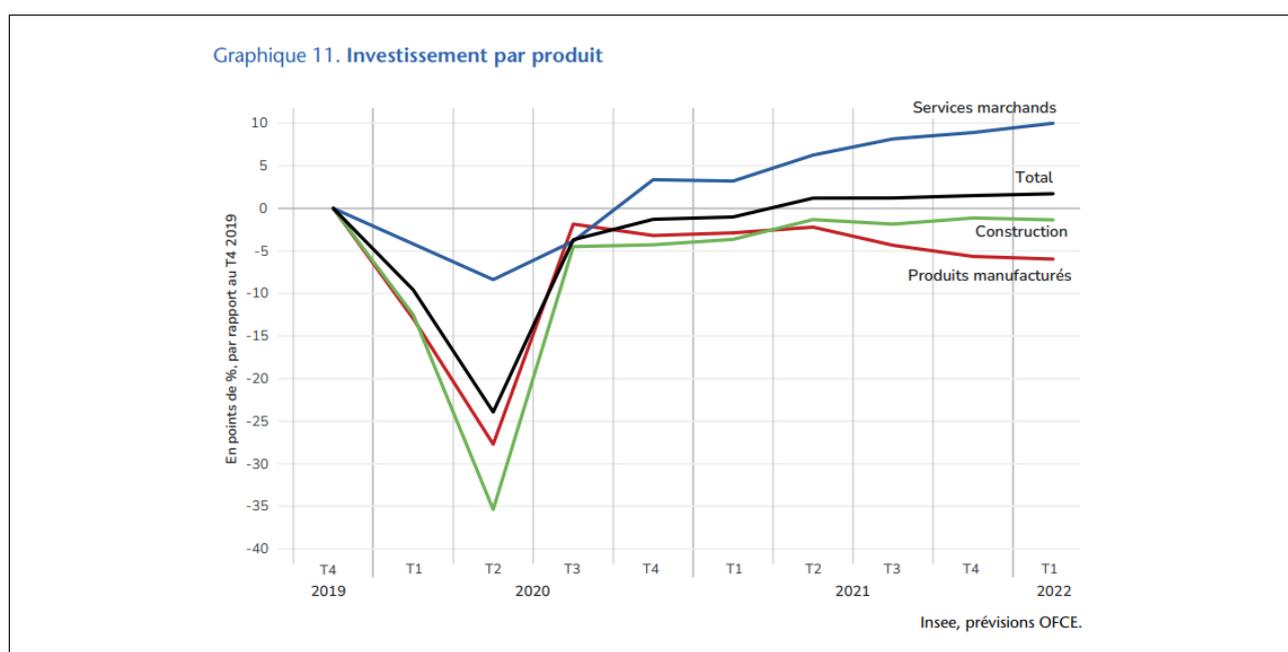
Des points noirs apparaissent : le premier représenté par l'investissement qui ne croît quasiment plus depuis trois trimestres alors même que le PIB s'est amélioré de plus de 3 % depuis la mi-2021, indiquant que l'investissement a joué un rôle d'amortisseur de cycle plutôt que d'accélérateur contrairement aux épisodes conjoncturels précédents.

La reprise économique depuis l'été 2021 a pas été accompagnée d'une forte augmentation de l'investissement.

Deuxièmement, l'investissement se maintient depuis trois trimestres grâce à l'augmentation de financement en matière d'information communication mais celui-ci stagne dans la construction et se contracte dans les produits manufacturés. **Cela est certainement lié aux difficultés d'approvisionnement des entreprises dans le secteur manufacturier** et devrait se prolonger sur l'ensemble de l'année 2022.

L'OFCE estime que les difficultés d'approvisionnement amputerait la croissance française de 0,3 point de PIB en 2022.

L'investissement des ménages s'est contracté au cours des six derniers mois et cela devrait se poursuivre au cours des prochains trimestres, notamment avec la remontée attendue des taux d'intérêt. Selon nos évaluations, la remontée des taux réduirait le PIB de 0,1 point en 2022.



L'indicateur du climat des affaires dans le commerce de détail se dégrade en juin.

L'indicateur du climat des affaires (Insee) se dégrade en juin en particulier dans le secteur du commerce de détail à la suite de perspectives d'activité et d'évolution de l'emploi dégradés.

Le tableau ci-dessous montre que depuis mars, le climat est fortement dégradé dans le commerce de détail davantage que dans l'industrie ou les activités de service.



Indicateurs du climat des affaires et du climat de l'emploi

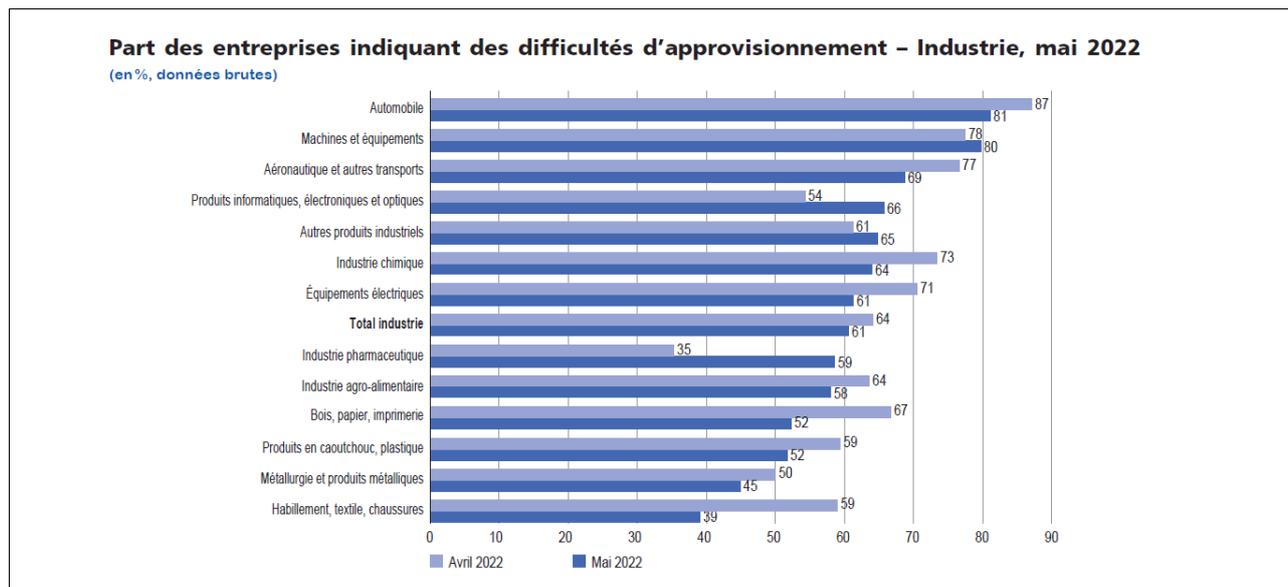
	Fév. 22	Mars 22	Avril 22	Mai 22	Juin 22
Indicateurs du climat des affaires					
France	113	107	106	106	104
Industrie	112	107	108	106	108
Bâtiment	113	114	116	114	115
Services	112	109	108	109	108
Commerce de détail	107	99	93	98	95
Commerce de gros		105		101	
Emploi	113	113	111	110	108

Sources : Insee, enquêtes de conjoncture

Les inquiétudes en matière d'approvisionnement diminuent.

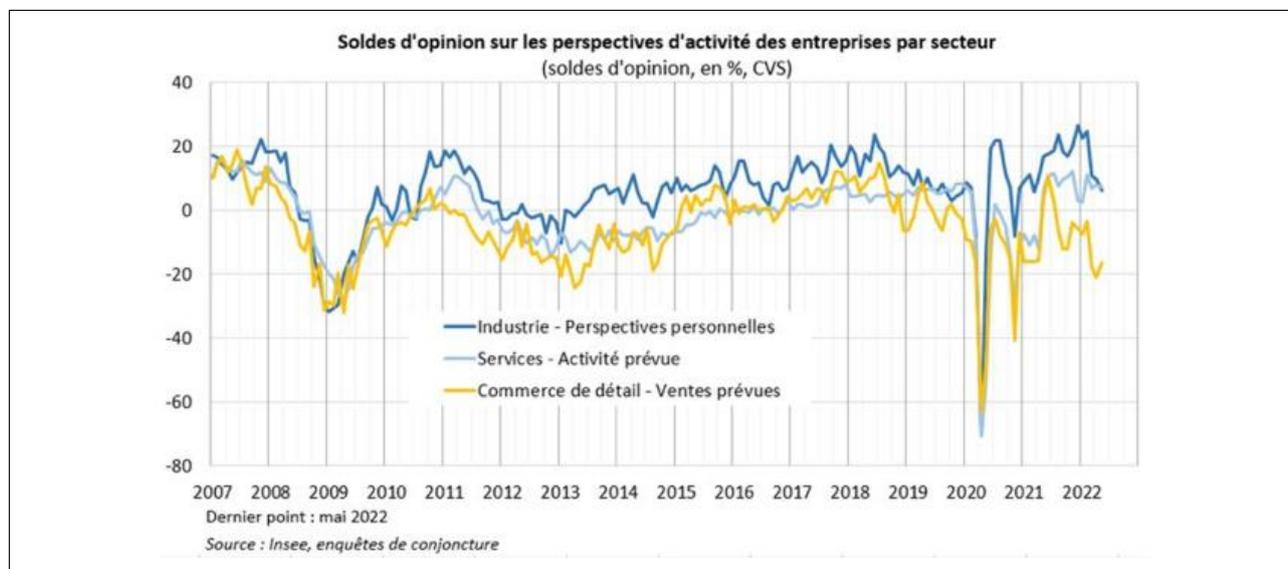
Dans la plupart des secteurs, le taux d'entreprises préoccupées par les problèmes d'approvisionnement diminue entre avril et mai 2022 à l'exception des machines et équipements, des produits informatiques et électroniques. Un vrai sujet ici pour le commerce de détail d'équipement de la maison puisque 66 % des entreprises sont inquiètes en mai contre seulement 54 % en avril.

C'est notamment le cas dans le textile habillement et la chaussure (45 % d'entreprises préoccupées).



L'opinion des chefs d'entreprises du commerce de détail sur les perspectives pour les prochains mois est plutôt morose.

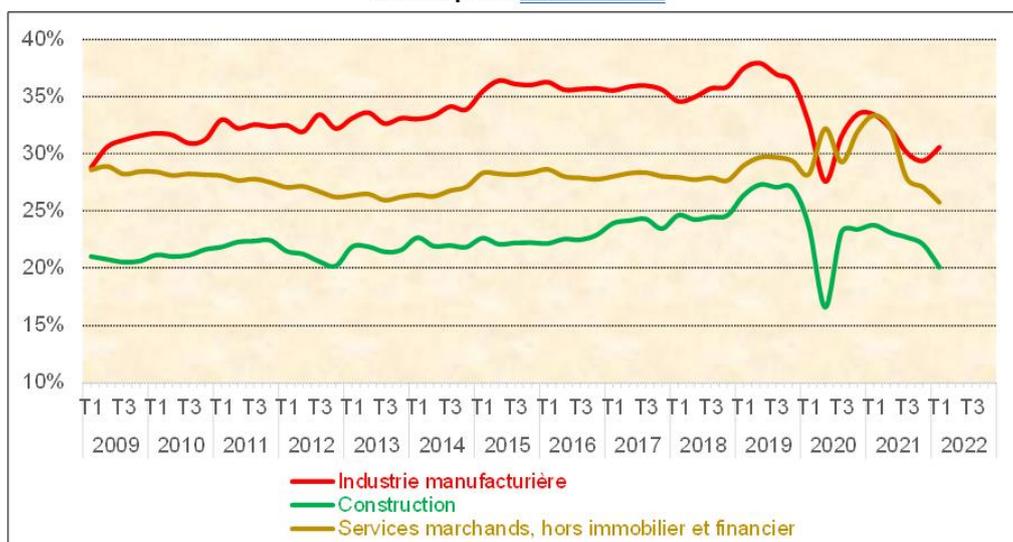
Les entreprises de commerce de détail ont une vision assez noire des perspectives de prochains mois malgré une légère hausse à la suite de l'activité dynamique de mai, une situation différente de celles de l'industrie (mais avec une chute libre actuelle) et des services dont les perspectives pour les prochains mois sont estimées plus positives.



Les marges des entreprises sous tension.

Le début de l'année 2022 est marqué par une très forte dégradation des taux de marge et cette baisse est d'autant plus forte dans les services marchands dont les activités de commerce de détail alors qu'elles ont tendances à se reconstituer (hausse de prix) dans l'industrie manufacturière.

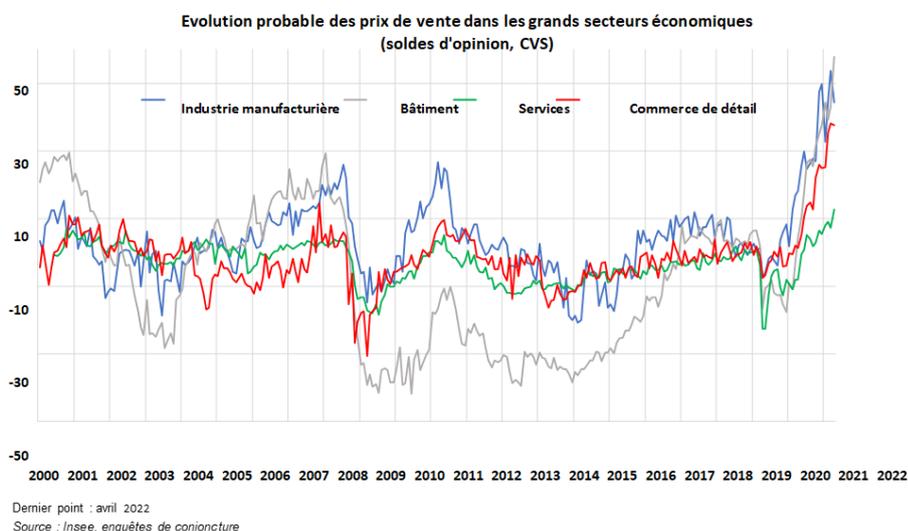
Graphique 23 – Taux de marge opérationnelle corrigé de la rémunération des chefs d'entreprise non salariés



Source : Insee

Une augmentation inéluctable des prix.

Les soldes d'opinion des entreprises sur l'évolution des prix de vente attestent de pressions sous-jacentes



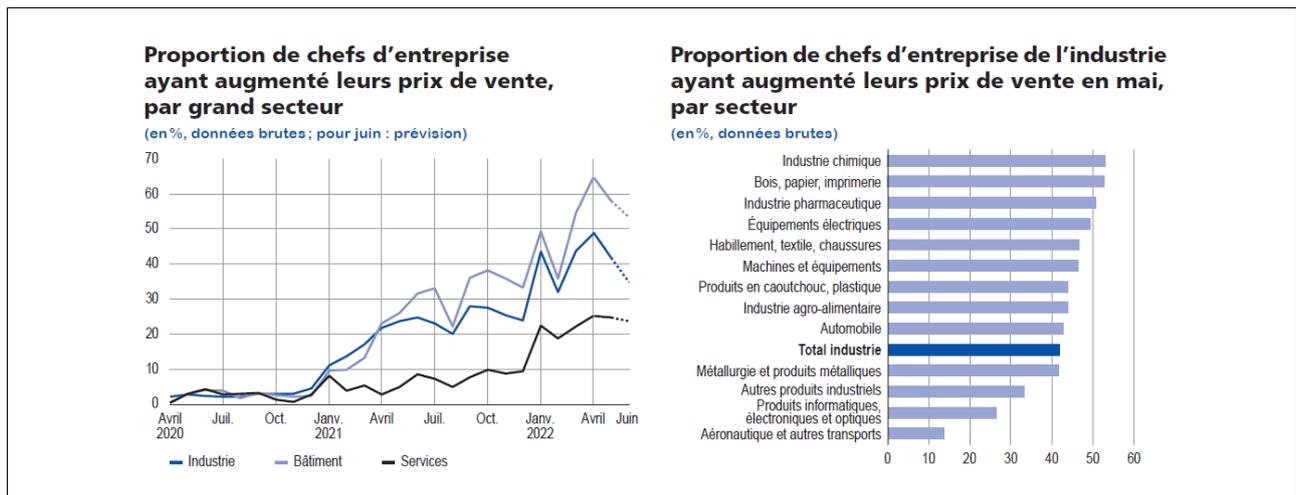
Les entreprises de l'industrie et du commerce prévoient une hausse de leur prix de vente et la part des entreprises ayant cette opinion a cru de manière exponentielle.

Les augmentations des coûts d'approvisionnement, de l'énergie, et, probablement, à venir des loyers et des salaires, ne sont pas supportables sur la marge des entreprises qui voient ou verront donc augmenter leurs prix dans la plupart des secteurs sauf exception liées à l'extrême sensibilité du volume de vente et aux prix pratiqués.

Reste à savoir quelle sera la partie d'augmentation des coûts d'exploitation transférée au client final et celle qui sera prise sur la marge, réduisant ainsi la rentabilité des entreprises.

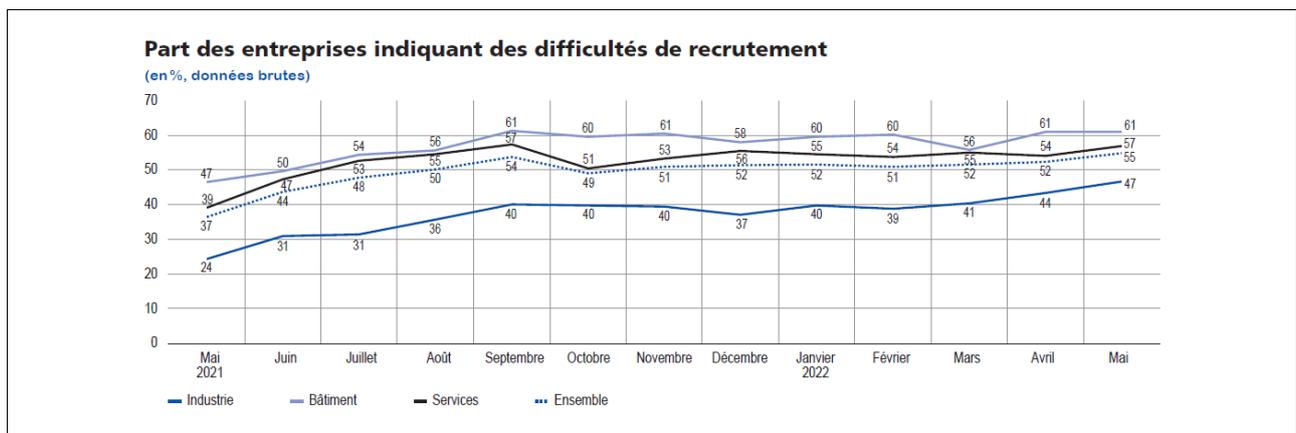
Mais la majorité des hausses de prix reste encore à venir.

L'industrie n'ayant pas encore totalement mis en place ses hausses de prix, il en va de même des entreprises du commerce dont le prix des approvisionnements à venir augmente maintenant alors que les stocks disponibles avaient en partie été achetés à un prix inférieur. Ce qui décale d'autant l'impact sur les prix auprès du consommateur final. L'alimentaire a augmenté ses prix. Pour le non-alimentaire, le phénomène s'engage maintenant et se poursuivra durant les prochains mois.



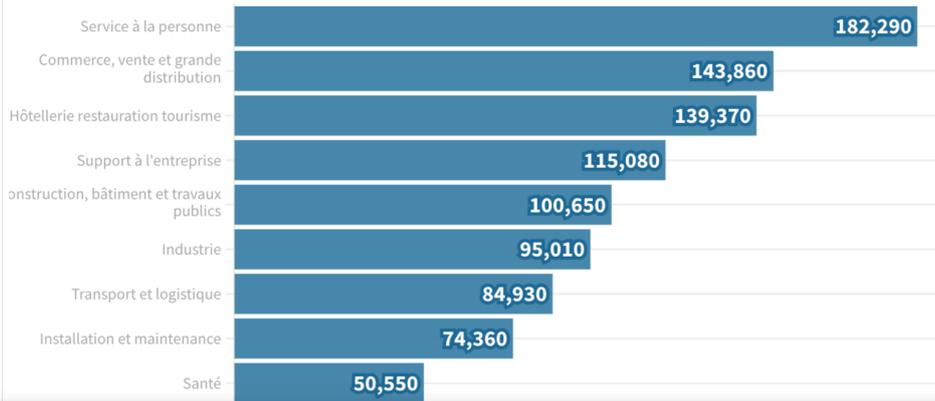
Les difficultés de recrutement se poursuivent.

Selon l'INSEE, près de 60 % des entreprises du commerce (ici dans les services) rencontrent des difficultés de recrutement ; un taux incroyablement élevé et qui dure depuis la fin du confinement de mai 2021.



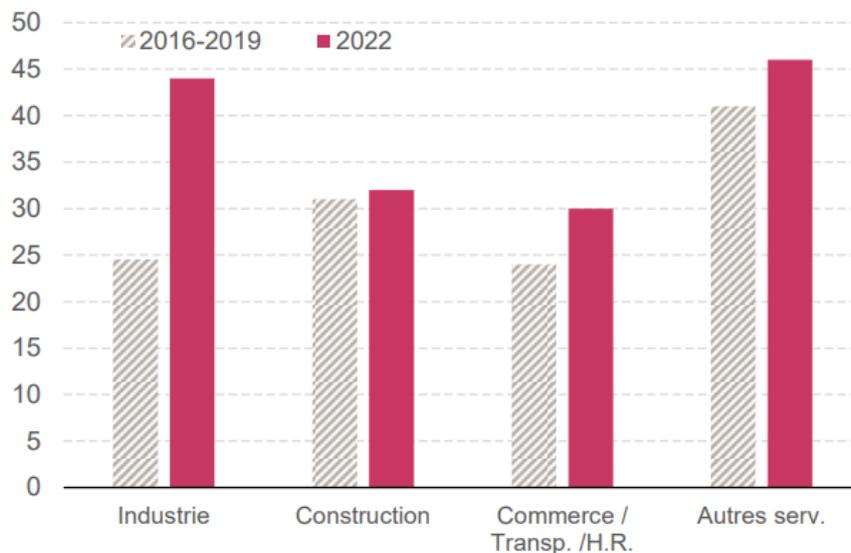
Le commerce et la distribution constituent le second secteur en nombre de postes à pourvoir au 1^{er} trimestre 2022 avec plus de 140.000 postes, juste derrière les services à la personne.

Secteurs ayant le plus de postes à pourvoir au premier trimestre 2022



En ce qui concerne les Entreprises de Taille Intermédiaire (ETI), celles du commerce/hôtellerie restauration/ transport estiment qu'elles seront créatrices nettes d'emploi en 2022, ce qui place le secteur en second derrière l'industrie mais devant la construction ou d'autres services.

• PRÉVISIONS D'ÉVOLUTION DES EFFECTIFS EN FRANCE PAR SECTEUR (SOLDE D'OPINION EN %)



Base : échantillon redressé

Source : Enquête Bpifrance auprès des ETI.

Des tensions sur les salaires.

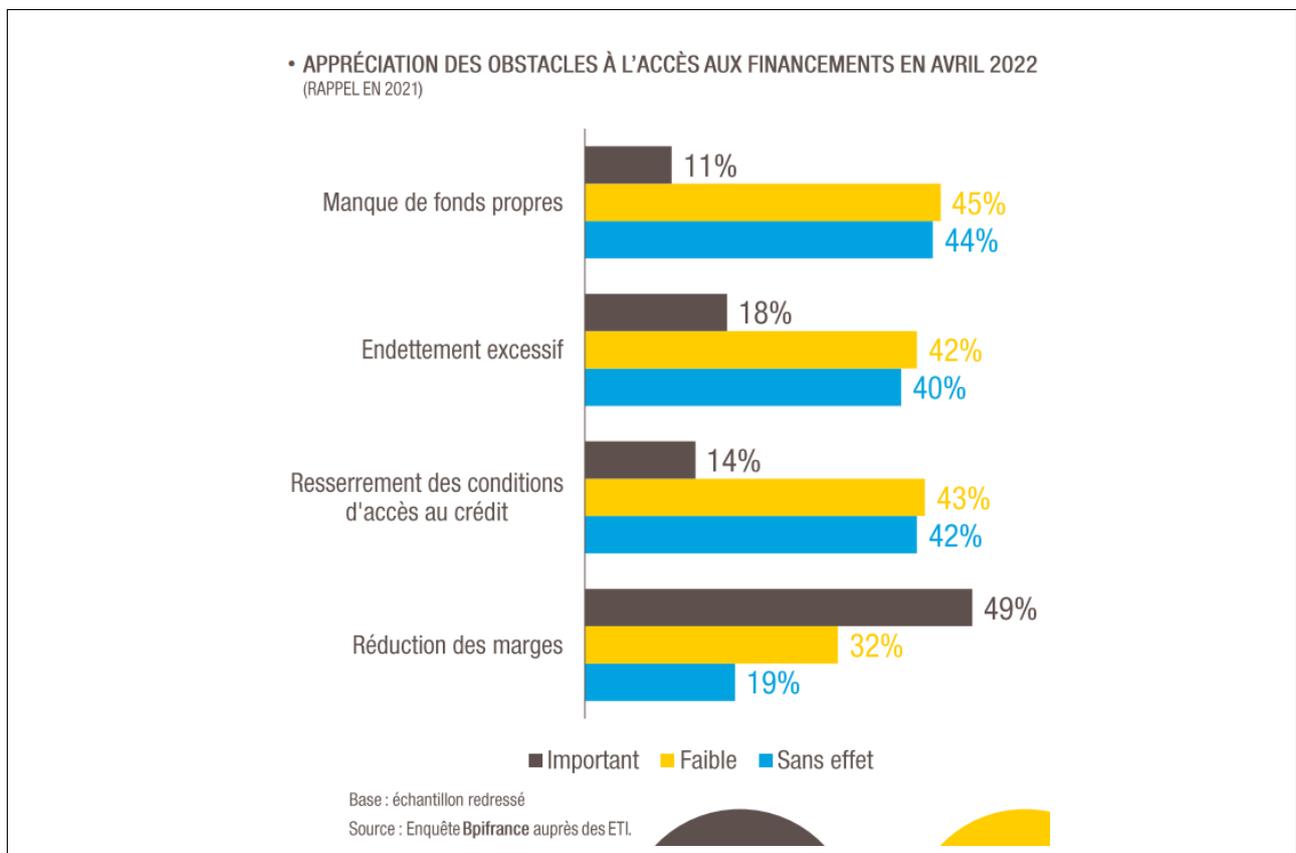
La combinaison des augmentations de prix donc des difficultés de pouvoir d'achat auxquelles s'ajoutent des tensions sur le marché du travail ne peut qu'entraîner des tendances à une augmentation des coûts du travail,

- soit sous la forme de prime pour ne pas hypothéquer durablement la rentabilité des entreprises tant qu'il n'est pas certain qu'une inflation (spirale hausse des prix et hausse de salaires) soit durablement installée,
- soit sous forme d'augmentation de salaires (conséquences en particulier de la hausse du Smic entraînant l'augmentation des salaires situés immédiatement au-dessous).

Le modèle du commerce de détail supporte un fort poids de masse salariale, en particulier dans les magasins et la logistique. Une hausse de salaire implique donc d'importantes conséquences sur le modèle économique et la dégradation de la rentabilité.

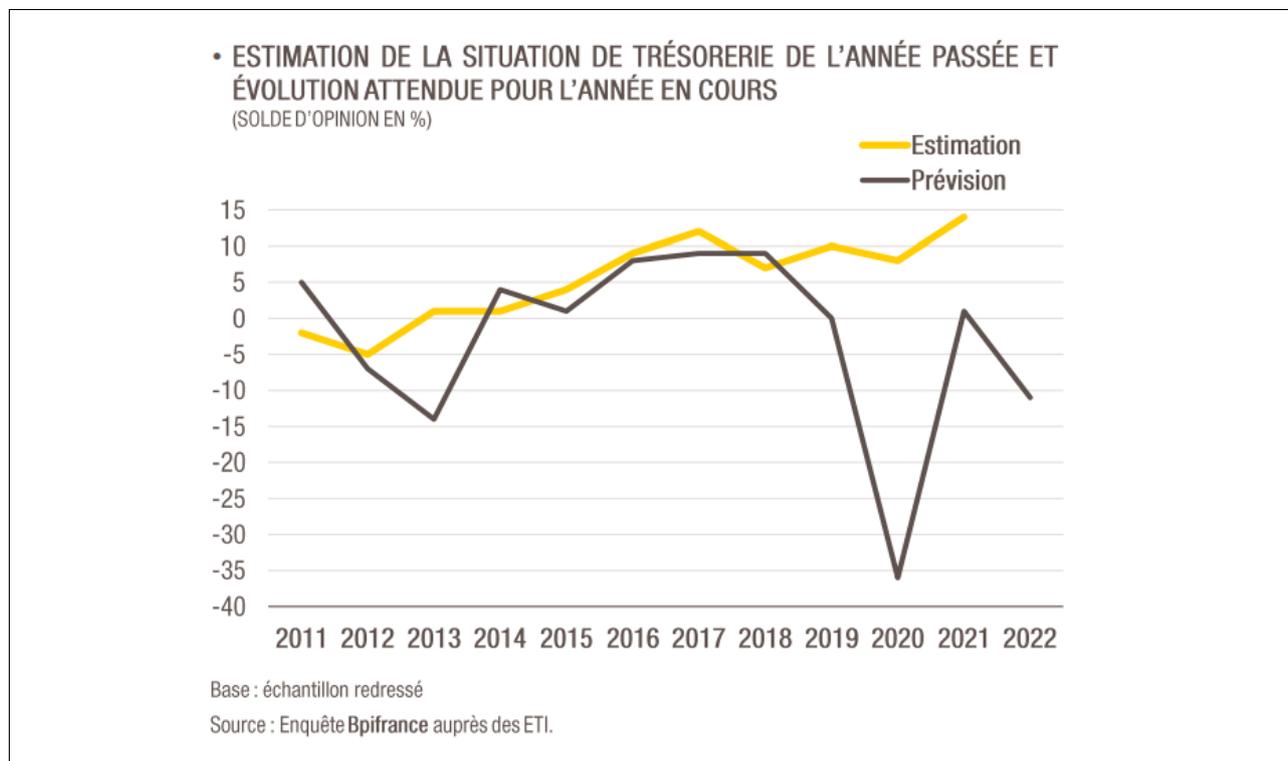
Une rentabilité dégradée générant des inquiétudes sur les capacités de financement donc d'investissement.

La réduction des marges est le premier risque des difficultés de financement (cf. étude de BPI France ci-dessous auprès des ETI). Les activités de commerce n'échappent à cette règle.



Des trésoreries sous tension.

La perception de cette dégradation est très forte chez les dirigeants des ETI comme le montre la courbe prévision ci-dessous.



Alléger les dispositifs de remboursement des PGE.

Le commerce a été l'un des gros « consommateurs » de prêts garantis par l'Etat (PGE) pendant la Covid, 22 % du total, preuve s'il en est que ce secteur a été particulièrement impactés, en particulier par les périodes de fermetures des magasins.

Ces prêts doivent maintenant être remboursés bien entendu. Mais, leur durée de remboursement doit pouvoir être adaptée pour permettre aux acteurs de combiner le « remboursement de dette de crise » avec l'urgence d'investir dans les doubles transformations digitales et responsables et faire face aux chocs de transformation de la consommation, la numérisation et les changements sociétaux (environnementaux : consommation d'énergie, changements de l'offre...).

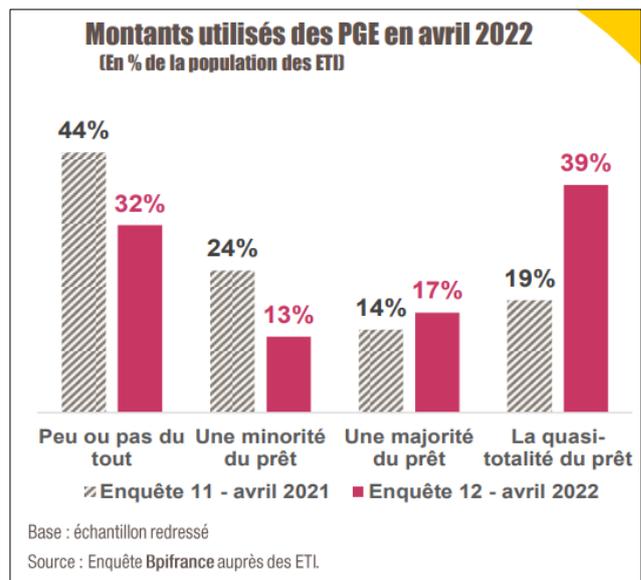
SUIVI BANQUE DE FRANCE DES ENTITES BENEFICIANT DU PGE AU 31 MARS 2022 (encours en milliards d'€)

Ventilation par secteur d'activité

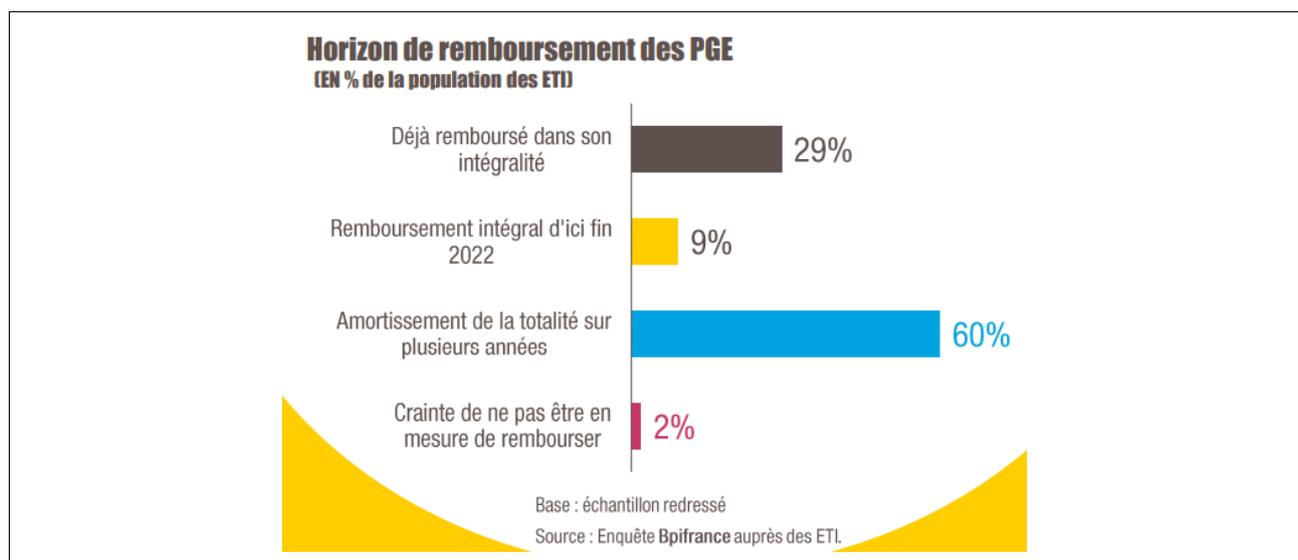
Secteur d'activité	Nombre de bénéficiaires		Montants accordés	
	Nombre	Part dans le total	Encours	Part dans le total
AGRICULTURE SYLVICULTURE ET PECHE	23 366	3,45%	1,767	1,19%
INDUSTRIES EXTRACTIVES	264	0,04%	0,207	0,14%
INDUSTRIE MANUFACTURIERE	47 948	7,09%	18,234	12,30%
PROD DISTRIBUTION D ELECTRICITE GAZ VAPEUR D AIR CONDITIONNE	227	0,03%	0,184	0,12%
PROD DISTRIB D EAU ASSAINISSEMENT GESTIONS DECHETS DEPOLLUTION	1 404	0,21%	0,529	0,36%
CONSTRUCTION	88 074	3,02%	11,983	8,08%
COMMERCE REPARATION D AUTOMOBILES ET DE MOTOCYCLES	149 081	22,04%	32,850	22,16%
TRANSPORTS ET ENTREPOTAGE	22 266	3,29%	5,456	3,68%
HEBERGEMENT ET RESTAURATION	97 078	13,35%	10,529	7,10%
INFORMATION ET COMMUNICATION	17 288	2,56%	4,872	3,29%
ACTIVITES FINANCIERES ET D ASSURANCE	10 953	1,62%	29,685	20,03%
ACTIVITES IMMOBILIERES	16 101	2,38%	1,771	1,19%
ACTIVITES SPECIALISEES SCIENTIFIQUES ET TECHNIQUES	65 221	9,64%	16,071	10,84%
ACTIVITES DE SERVICES ADMINISTRATIFS ET DE SOUTIEN	24 497	3,62%	5,602	3,78%
ADMINISTRATION PUBLIQUE	28	0,00%	0,009	0,01%
ENSEIGNEMENT	12 770	1,89%	1,210	0,82%
SANTE HUMAINE ET ACTION SOCIALE	47 301	6,99%	3,296	2,22%
ARTS SPECTACLES ET ACTIVITES RECREATIVES	13 837	2,05%	2,479	1,67%
AUTRES ACTIVITES DE SERVICES	38 581	5,70%	1,480	1,00%
ACTIVITES DES MENAGES EN TANT QU'EMPLOYEURS	5	0,00%	0,000	0,00%
ACTIVITES EXTRA-TERRITORIALES	1	0,00%	0,000	0,00%
APE NON RENSEIGNE	189	0,03%	0,010	0,01%
Total	676 470	100,00%	148,224	100,00%

Au sein des ETI, la situation est évidemment différente selon les acteurs mais près de 60 % d'entre eux ont utilisé 100 % ou une majorité de prêt. Le niveau d'endettement est donc impacté d'autant. Bien entendu, l'utilisation faite varie également soit pour faire face aux problèmes de conjoncture et de trésorerie, soit pour investir sur l'avenir. Les conséquences sur les mois à venir et sur les besoins supplémentaires de financement sont donc divers. Mais, c'est un point d'inquiétude, chez les ETI aussi, pas seulement chez les TPE.

C'est pourquoi, les accompagnements prévus par l'Etat pour les TPE pour des prêts d'un montant maximum de 50.000 euros doivent être élargis à toute entreprise dont la viabilité économique est évidemment avérée.



Les craintes de ne pas pouvoir rembourser sont faibles chez les ETI. La question porte sur la durée du remboursement, 60 % des entreprises étant dans l'obligation de l'inscrire dans le temps. 38 % des entreprises ont déjà remboursé ou le feront à court terme d'ici la fin de l'année 2022.



Difficultés de recrutement, d'un côté, coût et prix de l'autre ; deux freins majeurs au bon fonctionnement des entreprises et à leur développement

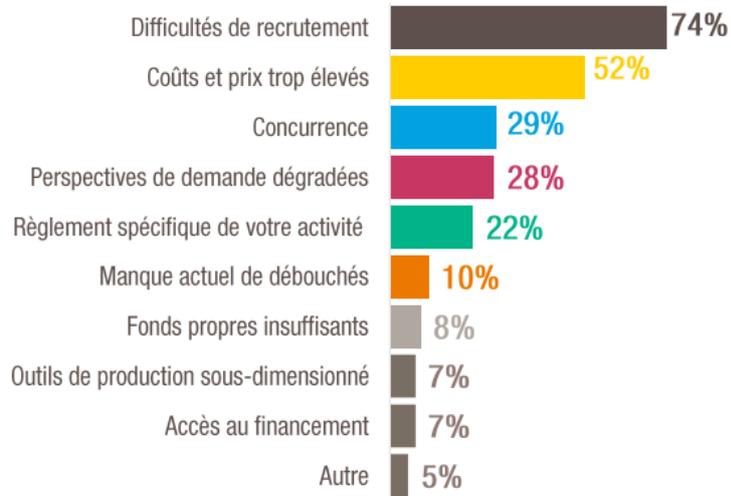
Chez les ETI, l'inquiétude porte en N° 1 sur le recrutement (74 %) devant les coûts et prix très élevés (52 %).

Les problèmes de débouchés et de demande (39 % au total) viennent ensuite mais assez loin derrière.

Quant à l'accès au financement, à ce jour, il vient assez loin avec 7 % des réponses.

• PRINCIPAUX FREINS À LA BONNE MARCHE DE L'ENTREPRISE ET À SON DÉVELOPPEMENT EN 2022

(EN % DE LA POPULATION DES ETI)



Base : échantillon redressé

Source : Enquête Bpifrance auprès des ETI.

L'avis des dirigeants de Procos (enquête juin 2022) sur les grands paramètres de l'équation pour les prochains mois

Procos a mené une enquête auprès de ses enseignes en juin 2022 sur les différents éléments des incertitudes actuelles et leurs conséquences sur l'activité des mois à venir.

La baisse de la demande à la suite des difficultés du pouvoir d'achat, première inquiétude des enseignes Procos.

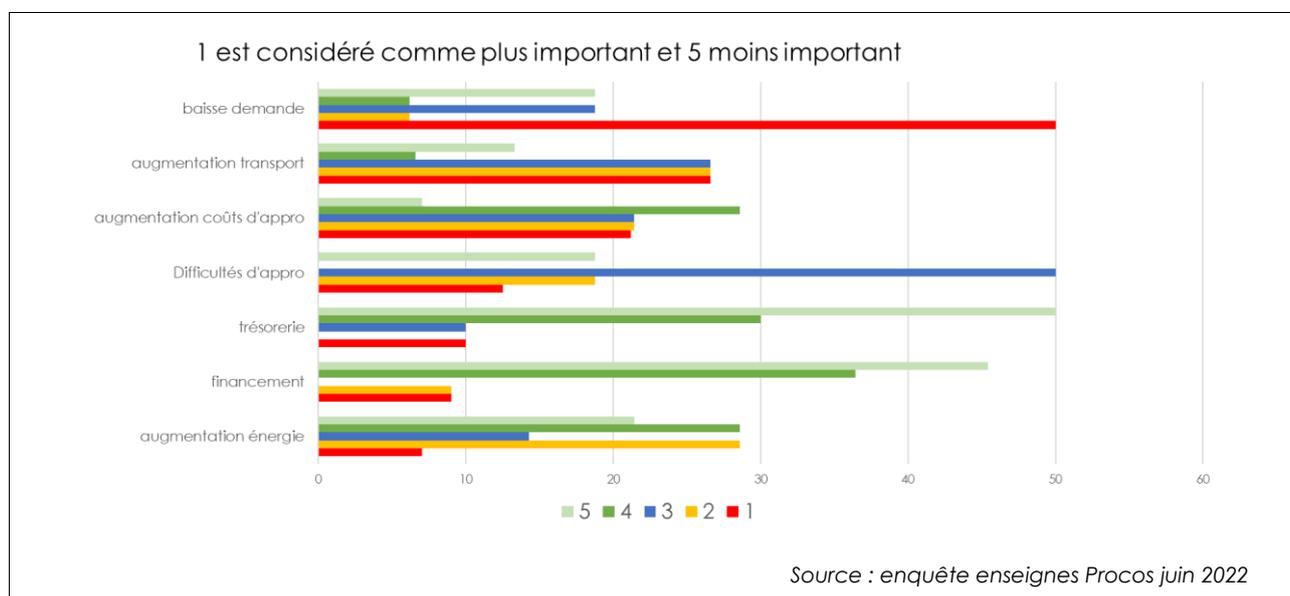
Il était demandé aux entreprises de classer les inquiétudes les plus importantes parmi les propositions suivantes. Les problèmes de demande ressortent en premier, devant l'augmentation des coûts de transport, puis celle des approvisionnements devant les difficultés d'approvisionnement.

1. Baisse de la demande
2. Augmentation des coûts de transport
3. Augmentation des coûts d'approvisionnement
4. Difficultés d'approvisionnement
5. Difficultés de trésorerie
6. Problèmes de financement
7. Augmentation du coût de l'énergie

A ce jour, les difficultés de trésorerie ainsi que le financement et les augmentations des coûts de l'énergie viennent derrière dans les préoccupations à très court terme.

Il est vrai que, si elle est très préoccupante (voir plus loin), l'augmentation des coûts de l'électricité entraînera plutôt des conséquences en 2023 compte tenu, à la fois de l'action du gouvernement français qui devrait se poursuivre pour limiter les hausses en 2022 et parce que la majorité des entreprises disposent de contrat d'achat d'électricité qui reporte le problème à 2023 voire 2024.

Les difficultés d'approvisionnement préoccupant tout de même pour 50 % des enseignes. Trésorerie et financement sont des préoccupations plus secondaires.



La profonde inquiétude des évolutions du coût de l'électricité.

Même si le commerce n'est pas considéré comme un secteur très énergivore contrairement à certaines industries, l'énergie (surtout l'électricité qui représente 95 % de la consommation des enseignes) occupe un poids très important dans le compte d'exploitation des enseignes (sondage enseignes Procos).

L'énergie représente entre 0,8 % à 2 % du chiffre d'affaires des enseignes avec une moyenne à 1,3 %

Or, selon les hypothèses dans les conditions actuelles d'évolution du marché de l'électricité en 2023, le poids passera à 2,6 % du chiffre d'affaires, soit une multiplication par deux ou par trois du coût de l'énergie achetée selon les enseignes.

L'énergie pèse entre 30 % et 38 % du résultat d'exploitation avec une moyenne à 33 %

Et elle pèse entre 16 % et 27 % de l'Ebitda avec une moyenne à 21 %

Ce sujet du coût de l'énergie représente donc un véritable mur pour les coûts d'exploitation et la rentabilité des entreprises du commerce.

C'est par ailleurs un sujet majeur d'inquiétude avec :

- Un coût de l'énergie qui devrait demeurer élevé.
- Des risques de production insuffisante d'électricité dans les prochaines années
 - Accélération du recours à l'électricité aux dépens des énergies fossiles (automobile par exemple),
 - En parallèle, les capacités de production n'ont pas la capacité de faire face à ces changements :
 - Parc nucléaire en entretien et temps de construction de nouvelles centrales,
 - Temps très long d'installation des énergies de substitution.

Il convient donc de faire face à trois problèmes qui touchent ou pourraient toucher le commerce dans les prochaines années :

Un impact durable et croissant des coûts de l'énergie sur le pouvoir d'achat des ménages et sur le budget disponible pour les achats non-alimentaires.

Un impact possible sur l'exploitation des points de vente si la situation de l'énergie disponible entraîne des fermetures de points de vente ou de centres commerciaux et/ou des restrictions d'exploitation.

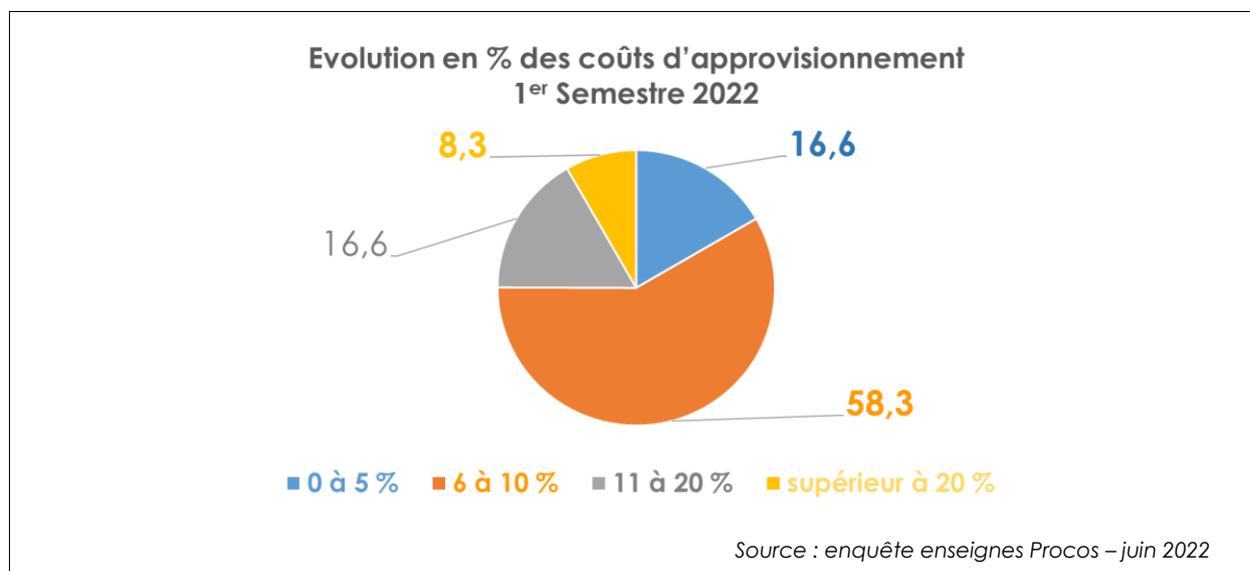
Une dégradation très significative de la rentabilité des entreprises à la suite de l'augmentation des coûts de l'énergie dans les coûts d'exploitation.

Un dossier qui réclame :

- Une intervention de l'Etat pour limiter ou compenser les évolutions des coûts de l'énergie (bouclier...)
- **La mobilisation de tous pour réduire les consommations d'énergie**
 - Les enseignes, bien entendu,
 - Mais également les bailleurs, en particulier ceux des grands centres commerciaux dont les charges connaîtront une augmentation insupportable si rien n'est mis en œuvre. Rappelons que ces surcoûts sont en grande partie supportés par les commerçants locataires dans le cadre de la refacturation des charges.
 - L'Etat doit se préoccuper d'accompagner les acteurs de la filière commerce (bailleurs et preneurs) pour accélérer leurs investissements visant à réduire la consommation d'énergie : suramortissement, subvention, prêts... De manière à faire des obligations du décret tertiaire autre chose qu'une obligation de baisse de consommation de 40 % en 2030 et que la démarche devienne une volonté et un intérêt commun d'aller plus vite.
- **Des coûts d'approvisionnement et de matières premières qui ont augmenté de 12 % en moyenne.**

Le graphique ci-dessous met évidence, selon le Panel Procos, que 58 % des entreprises ont subi des augmentations de coûts d'approvisionnement entre 6 et 10 %. Pour 25 % des entreprises, l'augmentation constatée est même supérieure à 10 %.

Des coûts d'approvisionnement qui augmentent de 12 % en moyenne.

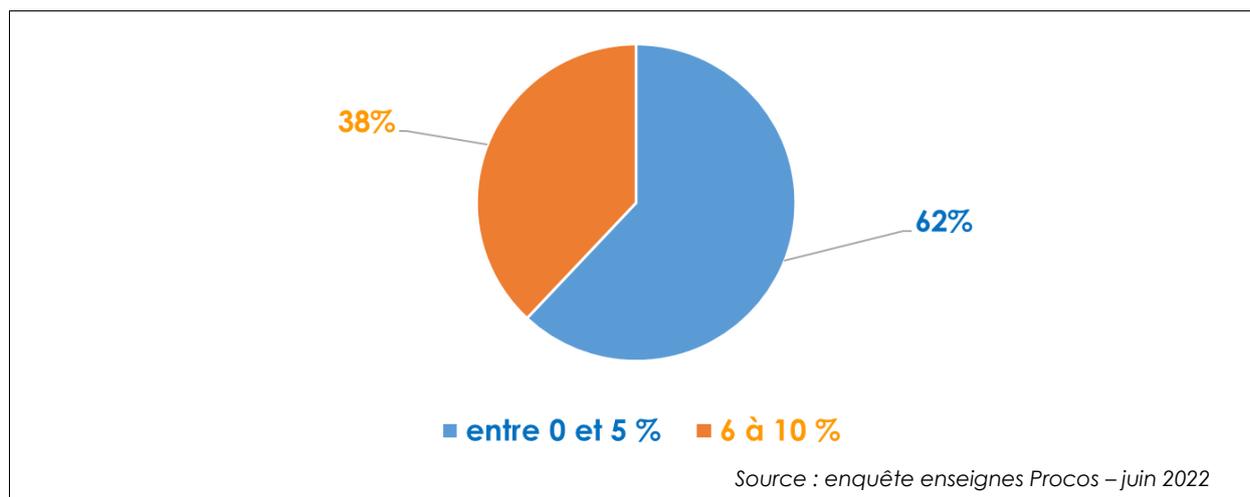


Une partie seulement des augmentations de prix ont été aujourd'hui mises en œuvre.

En juin 2022, 44 % seulement des entreprises répondantes ont déjà augmenté leur prix.

- Celles qui ont augmenté leur prix, l'ont fait en moyenne à + 5,7 %
- 38 % ont augmenté seulement entre 0 et 5 %
- 62 % entre 6 et 10 %

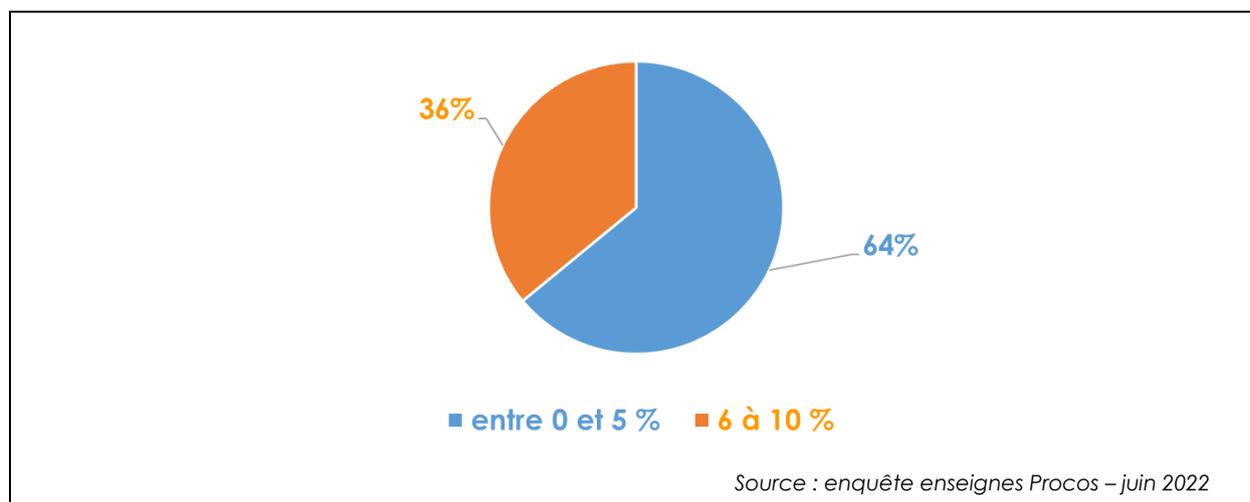
Evolutions de l'augmentation des prix en % des enseignes



En conséquence, les prévisions d'augmentations des prix portent sur les prochains mois, de juillet à septembre.

46 % des entreprises pensent appliquer des augmentations de prix de vente entre juillet et septembre. L'augmentation moyenne est annoncée de + 5 % mais 36 % de ces entreprises estiment que l'augmentation sera entre + 6 et + 10 %.

Prévisions d'augmentation des prix entre juillet et septembre pour les enseignes qui ont prévu de le faire



Vers une augmentation des salaires.

Difficultés importantes de recrutement, problèmes importants de pouvoir d'achat généreront des tensions pour la masse salariale des enseignes.

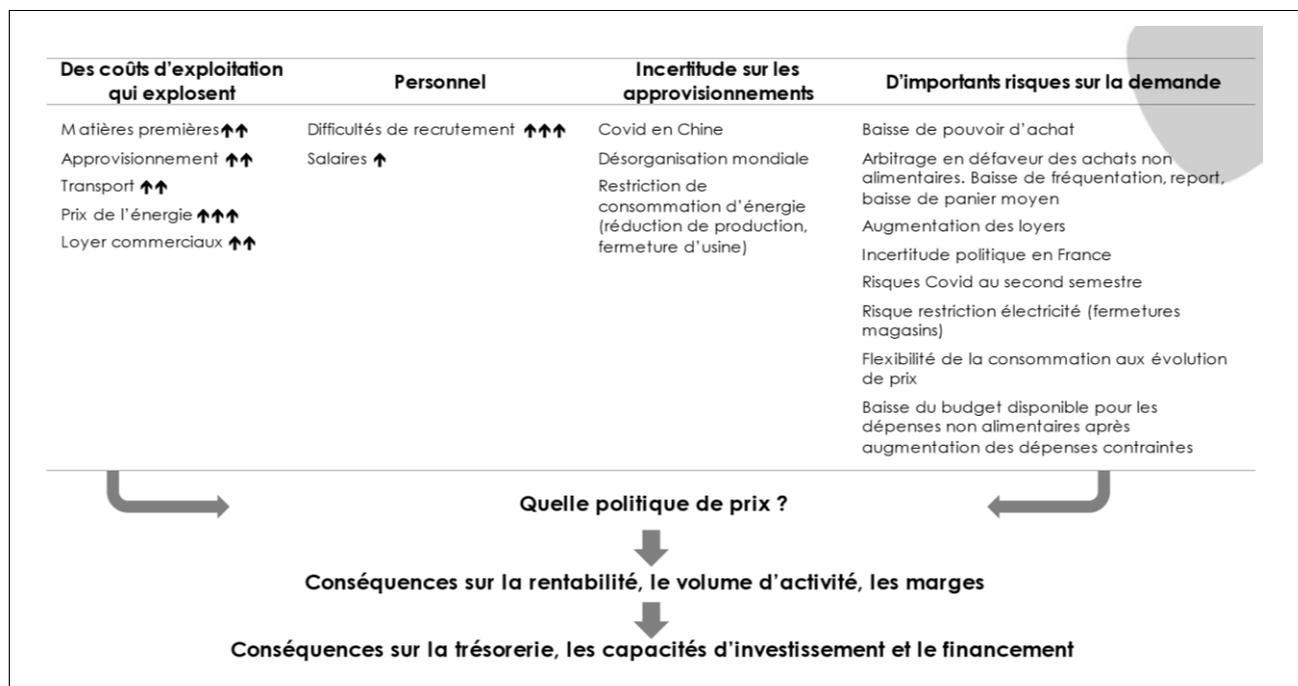
- **A date, 82 % des enseignes ont augmenté les salaires depuis le début de l'année.**

En moyenne + 3,25 %

- **70 % pensent le faire entre septembre et janvier.**

Moyenne estimée à date : + 3,75 %

L'équation à multiples inconnues « en même temps » à laquelle sont confrontées les entreprises du commerce.



Comment accompagner les entreprises du commerce dans les prochains mois et durant le nouveau quinquennat ?

Les entreprises du commerce sont face à des fortes difficultés de court terme et l'obligation d'accélérer leurs transformations pour faire face aux changements de la société, de la consommation et de la numérisation.

● A court terme

- Choc d'offre durable ou provisoire ?
- Modèle d'inflation ou hausse des prix ponctuelle ?
- Augmentation durable ou ponctuelle des salaires ?
- Quelles évolutions de la consommation ?
 - À court terme : le prix, le discount et la baisse de consommation
 - Quelle consommation ?

● Se préparer efficacement au moyen terme : se transformer malgré de grandes inconnues

- Accompagner et accélérer les transformations du commerce
 - L'offre
 - Le digital
- Les conséquences de la transformation énergétique et d'une certaine « démondialisation » sur le pouvoir d'achat du consommateur
- Mobiliser des collaborateurs de qualité
- Consommation
 - Quel poids pour le responsable vs comportement prix ?
 - Quel prix de vente supportable ? ...

Donner une suite aux Assises du Commerce.

Le gouvernement dispose de tous les éléments pour s'engager dans une véritable action pour le commerce. Les réflexions ont eu lieu, les acteurs et l'Etat se sont mobilisés pour :

- Dresser et partager un diagnostic
- Faire des propositions en matière de transformation du commerce, d'innovation, d'emploi, de relations commerce et territoires

La matière existe. Reste la décision politique pour poursuivre et passer aux actes dans le cadre du quinquennat en faisant du commerce l'un des secteurs majeurs des transformations sociétales...

Le poids du commerce dans l'économie, l'emploi, l'aménagement du territoire n'est plus à démontrer, il faut juste transformer l'essai et passer aux décisions réelles et à la volonté politique.

Par ailleurs, compte tenu de sa place au plus près du consommateur, et entre l'industrie et le citoyen, les entreprises du commerce occupent forcément une place centrale dans les transitions sociétales et environnementales dont le président de la République a fait axes majeurs de son quinquennat et de l'organisation gouvernementale.

Rappelons quelques points principaux :

- Accélérer la transformation des acteurs du commerce de toute taille pour un commerce qui maîtrise le modèle omnicanal, un commerce et des acteurs plus responsables pour une consommation plus respectueuse de l'environnement.
 - Les incertitudes actuelles (inflation, énergie, pouvoir d'achat ...) ne doivent aucunement reporter les investissements de transformation qui sont indispensables pour s'adapter à la numérisation de la société, son ubérisation et les risques d'emplois si les acteurs omnicanaux ne sont pas suffisamment puissants pour faire face à ces transformations.
- Une réduction de la fiscalité de production telle qu'annoncée par le gouvernement, en particulier la suppression de la CVAE (7 milliards dont environ 1,7 milliards pour le commerce).
- Trouver de nouveaux modes de fonctionnement de l'immobilier commercial afin d'assurer des équilibres durables pour pérenniser les commerces physiques dans les territoires et une répartition équilibrée de la valeur entre les acteurs.

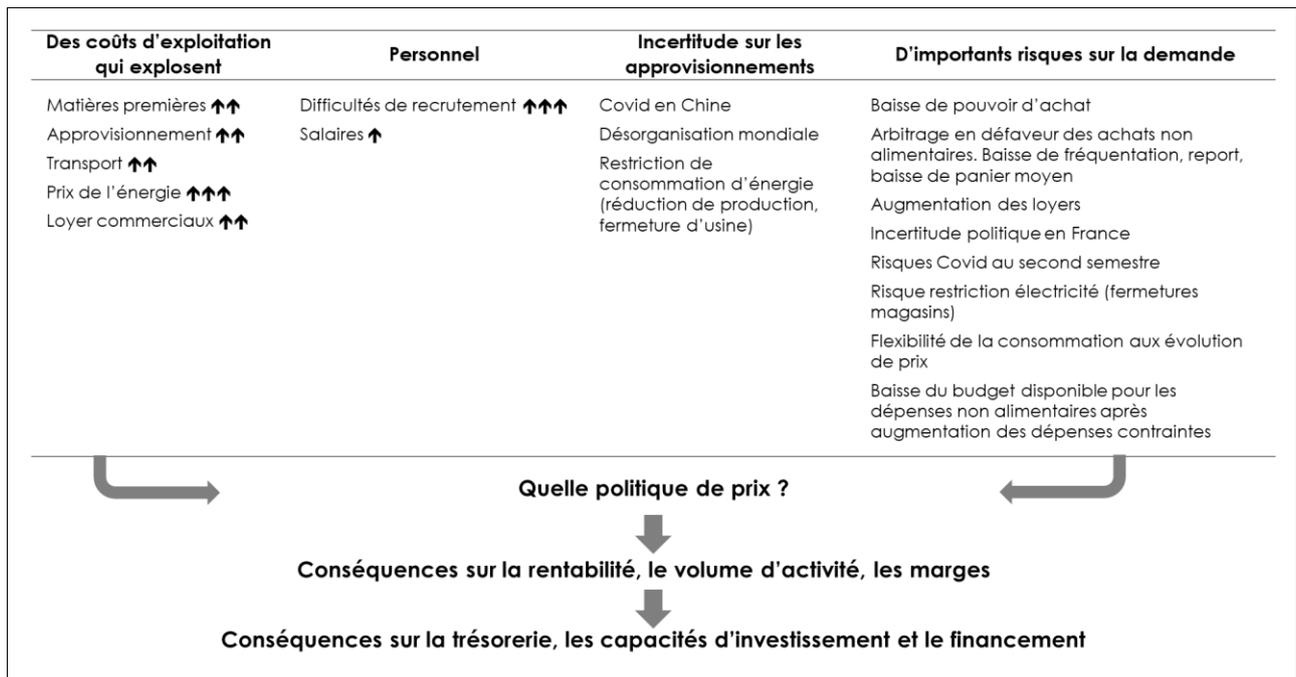
Le commerce a toujours été un amortisseur de crise sociale, le sera-t-il dans les prochaines années ?

Par le passé, lors de la désindustrialisation par exemple, les acteurs du commerce ont toujours été des acteurs amortissant les crises sociales pour plusieurs raisons :

- Le secteur est fortement générateur d'emplois. Faisons-en sorte qu'il le reste et que les acteurs ne soient pas, au contraire, poussés à l'automatisation à outrance (difficulté de recrutement, coût du travail...).
- Les acteurs du commerce répartis sur tous les territoires n'étaient pas délocalisables. Attention à ce dernier point car, aujourd'hui, une partie du commerce est délocalisable (plateforme numérique...). Son activité peut être déconnectée du territoire (livraison à domicile...).

Pour ces deux grandes raisons, et comme la situation économique se dégrade, agir pour renforcer les acteurs omnicanaux du commerce est encore plus important et plus urgent qu'il y a quelques mois.

Pour les entreprises du commerce spécialisé, une équation très complexe, beaucoup d'incertitudes et d'inquiétudes



Quels sont les moyens d'action et les dossiers à traiter ?

Face à une telle situation, et compte tenu de la multitude de paramètres d'incertitudes que les dirigeants d'enseignes doivent appréhender en même temps, il faut s'interroger sur les possibilités d'actions possibles.

L'Etat français et les acteurs économiques n'ont pas de moyens d'actions sur deux paramètres essentiels que sont la guerre en Ukraine, d'une part, et la désorganisation du commerce international, donc des approvisionnements, d'autre part.

<p style="text-align: center;">Le pouvoir d'achat</p> <p>Accompagner les ménages défavorisés → Etat</p> <p>Etre en capacité d'augmenter les salaires → Empêcher que l'augmentation des coûts fixes (ex. loyer) ne le permette pas → cf. loyer ci-contre</p> <p>Limiter l'indexation des loyers de logement → Ne pas réduire le disponible pour consommer → Etat et bailleurs</p> <p>Faciliter et favoriser le retour à l'emploi du plus grand nombre (apprentissage, seniors, personnes éloignées de l'emploi) : augmenter le nombre de personnes en emploi est le plus sûr moyen de soutenir la consommation et la croissance → Etat</p>	<p style="text-align: center;">Les coûts d'exploitation</p> <p>Limiter l'évolution des loyers (l'indexation) → Etat et bailleurs → Plafonner l'indexation en 2023</p> <p>Limiter l'augmentation des charges locales (consommation d'énergie...) → avec les bailleurs en particulier dans les grands centres commerciaux</p> <p>Fiscalité : empêcher le transfert par les bailleurs de fiscalité relevant de leurs obligations (taxes foncières)</p> <p>Porter une attention particulière à ce que la réforme des valeurs locales n'entraîne pas d'augmentation des taxes foncières qui, pour l'instant, est supportée par les exploitants le plus souvent → Etat et collectivités locales</p>	<p style="text-align: center;">Trésorerie et financements</p> <p>Mobiliser le système bancaire et l'assurance crédit pour qu'ils accompagnent le retail → Etat, banque, système financier et assurance</p> <p>Accompagner les capacités de financement → Allongement des remboursements des PGE → Etat</p>	<p style="text-align: center;">Financer les transformations</p> <p>Accompagner les transformations digitales et environnementales : suramortissement, subvention, crédit d'impôt → Etat</p> <p>Accélérer les investissements sur la baisse de consommation d'énergie des magasins → Etat (suramortissement, subvention...)</p> <p>→ Empêcher la refacturation par les bailleurs des coûts relevant de leurs obligations</p>
--	--	---	--

Quels sont les périmètres sur lesquels des actions sont possibles ?

Les actions de l'Etat sur le pouvoir d'achat ; le projet de loi qui sera bientôt en discussion à l'Assemblée nationale répondra plus ou moins à cette problématique sur le court terme en tout cas.

- L'Etat doit accompagner les ménages modestes et les difficultés sociales afin d'assurer une exploitation paisible des magasins partout en France dans les prochains mois
- L'Etat doit soutenir la consommation pour éviter la décroissance et accompagner le commerce pour qu'il accélère ses transformations y compris dans la baisse de consommation d'énergie des bâtiments de commerce.
- Les propriétaires immobiliers doivent jouer un rôle fondamental :
 - A la fois pour soutenir le pouvoir d'achat et la consommation en limitant l'augmentation des loyers de logement (indexation), L'Etat a annoncé une augmentation 2023 limitée à + 3,5 %, nous estimons qu'il faut aller plus loin (2 ou 2,5 %) pour utiliser le loyer comme modérateur d'inflation.
 - Pour soutenir les entreprises, leurs capacités d'investissement et la rentabilité, en limitant l'indexation des loyers tertiaires (plafonnement de l'indexation),
 - Ce second point est également fondamental pour l'Etat et le pouvoir d'achat puisqu'une augmentation des loyers ne peut qu'entretenir et accélérer l'inflation des prix de vente consommateur.

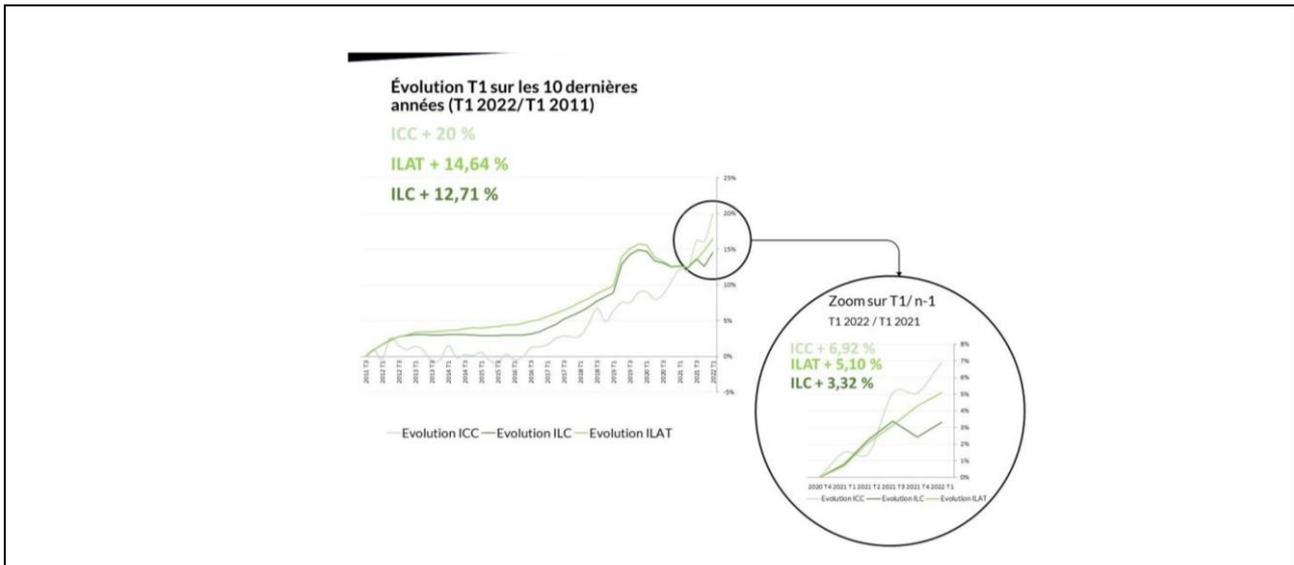
Le dispositif d'indexation des loyers devient, en période d'inflation, un accélérateur de hausse des prix, de baisse de consommation et de dégradation de la croissance.

La question fondamentale est de savoir pourquoi, une augmentation importante des loyers qui n'est pas justifiée par l'augmentation des coûts des propriétaires à hauteur de l'indexation ne pourrait être remise en cause alors qu'elle entraîne un accroissement des valeurs d'actifs immobiliers aux dépens de l'investissement dans l'économie réelle. En effet, peu de propriétaires immobiliers réalisent des investissements lourds à la hauteur de leurs flux financiers annuels. En conséquence, les augmentations des taux d'intérêt n'impactent pas, à court terme, le modèle économique à tel point qu'une indexation forte des loyers serait nécessaire. De même, les foncières et propriétaires immobiliers emploient peu de personnel donc sont peu touchés par les augmentations de salaires...

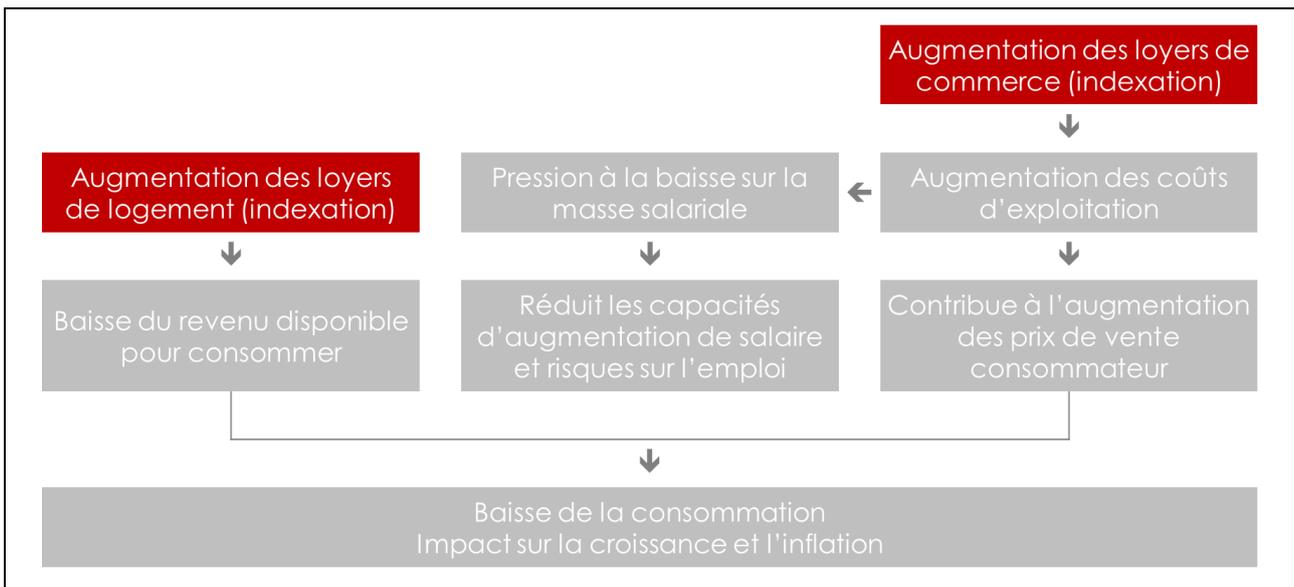
Il ne s'agit donc que d'un choix purement politique de toucher ou non au transfert de valeur, au profit de la valeur immobilière aux dépens des acteurs de l'économie réelle.

Bien entendu, il faut sans doute se préoccuper des cas particuliers tels que les bailleurs sociaux dans le logement ou les petits propriétaires pour lesquels le loyer est le revenu principal mais des solutions sont possibles. Ne renonçons pas à traiter le cas général par peur d'impacter des cas particuliers, recherchons des solutions pour ces derniers.

Evolution des indexations ILC, ICC, ILAT



Les loyers au cœur de la spirale d'inflation et de baisse de consommation



Immobilier commercial, quelques dossiers importants.

L'indexation des loyers et les coûts immobiliers au cœur des problématiques majeures du modèle

- La baisse de fréquentation des points de vente s'est accélérée avec la crise
- L'indexation automatique des loyers dans une période inflationniste est très destructrice pour le modèle du commerce et ne contribue pas à un partage acceptable de la valeur créée par les acteurs.

- Dans de nombreux sites, en particulier certains centres commerciaux et centres villes, les taux d'effort (loyer+ charges) sont devenus insupportables avec le développement du modèle omnicanal et les effets de la Covid (télétravail, accélération de la prise de parts de marché du web...). Un problème qui s'aggrave avec l'inflation des charges refacturées par les bailleurs.

Un enjeu de baisse de consommation d'énergie qui devient plus urgent.

Parc de magasins : les lourds enjeux des mois à venir : fréquentation, activité vs loyer

- des enseignes en développement
- mais des arbitrages probables

Zéro Artificialisation Nette (ZAN) ; le commerce ne peut pas être la victime expiatoire.

Les mois qui viennent poseront la question de l'utilisation du foncier dans les territoires, de la recherche d'emprise pour construire du logement dans les zones tendues ...

Tout naturellement, la question de nombreuses zones commerciales, de leur densification se posera. Le plan Action Cœur de Ville devrait également être élargi à la question des entrées de ville.

Il est à la fois indispensable de moderniser les lieux de commerce pour qu'ils demeurent attractifs et de densifier en apprenant à reconstruire la ville sur la ville. C'est une ambition louable et souhaitable.

Toutefois, les activités commerciales existantes, les acteurs en place, ne doivent pas être la cible de l'appétit des autres acteurs pour les charges foncières mais, au contraire, la co-construction des projets doit se faire avec le commerce. Sinon, ils ne se feront pas où alors dans un délai très long ou sur des géographies restreintes.

Impliquer les acteurs dans la réflexion amont, dans la construction du projet local est impératif pour tout succès. Dans tous les cas, ce ne sera pas facile mais ce n'est ni en stigmatisant ni en tentant de faire sans, que les projets intelligents seront mis en œuvre.

Il va sans dire, par ailleurs, que les projets doivent assurer la pérennisation des activités de commerce en périphérie, ce qui est vital pour les commerçants, bien entendu, mais également pour l'emploi local et la vie dans les territoires.

Lire par ailleurs, l'article Procos « **Rénover les entrées de ville commerciales ; l'occasion de vraies démarches vertueuses et de transformation ambitieuse, mais qui ne peut partir de la stigmatisation de l'existant** »

https://www.procos.org/images/procos/images_page_d_accueil/Newsletter/Juin_2022/news_51_entrées_ville.pdf

En résumé

Procos demande les actions importantes suivantes pour accompagner le commerce et ses acteurs dans les prochains mois.

- Le futur ministre du commerce devra engager dès cet été **la suite des Assises du Commerce**
- **Assurer une exploitation normale des points de vente dans les prochains mois** (Covid, consommation d'énergie)
- **Limiter fortement l'indexation des loyers de commerce** pour 2023 à 2 %
- **Agir sur les coûts de l'énergie pour les entreprises du commerce** et accompagner les investissements de transformation énergétique
- **Réduire les impôts de production** (suppression de la CVAE à minima)
- **Permettre l'allongement du remboursement des PGE** pour toute entreprise du commerce et mobiliser les acteurs du financement
- **L'accès au crédit** doit être facilité par une véritable incitation gouvernementale auprès des banques et des assureurs crédits.
- **L'Etat doit amortir les conséquences des hausses des coûts de l'énergie** sur les commerçants de toute taille en échange d'engagement de baisse de consommation
- **Les enjeux d'emplois sont fondamentaux pour les entreprises mais aussi pour les territoires**
 - soutenir les entreprises pour limiter les risques d'arbitrage de parcs de magasins
 - permettre les augmentations de revenus des collaborateurs de enseignes en évitant l'effet ciseaux des coûts immobiliers
 - faciliter les mesures de retour à l'emploi dans un secteur qui a toujours joué un rôle important d'amortisseur de crise (formation, impact du coût du carburant)