

LesEchos Reprise de l'industrie européenne toujours sous contrainte

Si la production industrielle européenne a retrouvé cet été son niveau d'avant-crise, ce n'est pas le cas en Allemagne et en France, pénalisées par le poids de l'automobile pour la première et de l'aéronautique pour la seconde. Les difficultés d'approvisionnement devraient continuer à peser.



Au deuxième trimestre, la production automobile allemande était encore près d'un tiers inférieure à son niveau d'avant-crise. (Sven Pfoertner/Pool via REUTERS)

Par **Guillaume de Calignon** / Publié le 7 oct.

<https://www.lesechos.fr/monde/europe/une-reprise-de-lindustrie-europeenne-toujours-sous-contrainte-1352713>

Une reprise contrainte en ordre dispersé. Voilà en résumé la situation de l'industrie européenne au début de l'automne. Le rebond est fort puisqu'après avoir reculé de plus de 25 % en avril 2020 par rapport à janvier 2020, la production industrielle du Vieux Continent a retrouvé son niveau d'avant crise en juillet dernier. C'est aussi presque le cas aux Etats-Unis.

Mais « la situation en Europe est très disparate selon les pays. L'Allemagne reste un des Etats membres dont l'industrie est la plus affectée par la pandémie et les difficultés d'approvisionnement. Et la Pologne, le pays européen dont la production industrielle a le plus rebondi », explique Denis Ferrand, le directeur général de l'institut Rexecode.

L'Allemagne et la France à la traîne

En effet, en Allemagne, la production industrielle reste inférieure de l'ordre de 4 % à son niveau de janvier 2020. L'industrie française tourne aussi encore en sous-régime puisque sa production reste inférieure d'environ 3 % à ce qu'elle était avant la pandémie.



A l'inverse, en Pologne, la production industrielle est désormais supérieure de l'ordre de 10 %. La spécialisation sectorielle des pays explique en partie ces différences.

« L'Allemagne et la France sont à la traîne, ce qui s'explique par la composition de leur industrie, selon Bruno De Moura Fernandes, économiste chez Coface. L'industrie française est très dépendante de l'aéronautique et l'Allemagne, de l'automobile. » Or l'automobile, qui représente près d'un quart de la production industrielle allemande, et l'aéronautique, environ 12 % de celle de la France, sont toujours affectées. Le premier secteur souffre des pénuries de composants, qui amputent sa production de l'ordre de 25 % tandis que les ventes d'avion ont fortement chuté depuis l'apparition du Covid.

Les difficultés d'approvisionnement pèsent

Globalement, « la production industrielle européenne reste très contrainte par les pénuries de composants et de certains matériaux ainsi que par les difficultés de recrutement », souligne Denis Ferrand. Ce sont typiquement des problèmes d'offre. La demande, elle, est forte. Certes, en septembre, le niveau des commandes à l'industrie allemande a nettement flanché par rapport au mois d'août. Les commandes ont reculé de 7,7 %.

Mais cette chute s'explique par le fait que les commandes de ces derniers mois, en forte hausse, étaient trop importantes. « N'étant pas certains d'être livrés en raison des difficultés d'approvisionnement, les entreprises ont pu gonfler leurs commandes depuis le printemps. Et maintenant, elles n'ont plus de raison de passer des achats supplémentaires », avance l'économiste de Rexecode.

Toutefois, les industriels européens mais aussi américains n'en ont pas encore fini avec les difficultés d'approvisionnement. Celles-ci pourraient bien perdurer une grande partie de 2022. D'abord parce que la stratégie « zéro Covid » des pays asiatiques, Chine en tête, risque, dès qu'un cas porteur du virus est identifié, de fermer les activités économiques, ce qui désorganise les chaînes de valeur internationales.

Ensuite parce que la demande pour certains biens ne faiblit pas. Au premier semestre 2021, les dépenses des ménages américains dans les biens d'équipements de loisirs, qui comprennent les ordinateurs, smartphones et autres consoles de jeux vidéo mais aussi les vélos, ont bondi de 40 % par rapport à leur consommation de la première moitié de 2019.

La question d'augmenter leurs prix de vente se pose

Et les industriels font face à une hausse très importante de leurs coûts. Les prix à la production dans la zone euro sont désormais supérieurs de 10 % à ce qu'ils étaient avant la crise. « Avec la hausse des prix de certains matériaux et maintenant de l'énergie ainsi qu'avec une demande qui ne faiblit pas, dans de nombreux secteurs, les entreprises se posent la question d'augmenter leurs prix de vente », selon Bruno De Moura Fernandes.

Ce qui se traduirait alors par une hausse de l'indice des prix à la consommation encore plus forte qu'aujourd'hui. Et pousserait les gouvernements et les banques centrales à normaliser leurs politiques économiques plus vite qu'anticipé.

La reprise économique mondiale provoque des bouchons à tous les étages, dans le transport maritime, routier, ou la manutention portuaire. Ajouter de nouveaux navires ne suffira pas à régler le problème, qui touche toute la chaîne et devrait persister durant une grande partie de 2022.



Les blocages actuels en termes de manutention portuaire ne concernent pas que les ports chinois, mais également leurs homologues européens ou nord-américains. (Ding Ting/XINHUA-REA)

Par **Denis Fainsilber** / Publié le 18 oct. 2021

<https://www.lesechos.fr/industrie-services/tourisme-transport/pourquoi-la-crise-mondiale-de-la-logistique-va-durer-1355680>

Des navires à l'ancre au large, des ports qui attendent une semaine pour décharger leur marchandise, des prix du transport multipliés par 5 depuis dix-huit mois, voire par 10 sur certaines routes, des conteneurs vides qui s'empilent dans les ports en attendant un navire pour les rapatrier en Asie, des industriels qui ratent des ventes faute de matières premières ou de composants... Depuis des mois, les chaînes logistiques mondiales sont à flux tendus, et les clients des transporteurs, impuissants face aux blocages à tous les étages, sur les nerfs.

« Aujourd'hui, on a un marché très fort sur certaines routes maritimes et une offre de transport rationnée. Jamais l'on a vu un tel effet ciseaux. Les problèmes dépassent largement le maritime, c'est l'ensemble de la chaîne d'approvisionnement qui est disruptée. Même si les armateurs ont pris plein d'initiatives pour remédier à la situation, beaucoup de terminaux portuaires restent très engorgés, et il règne une vraie dégradation de la qualité de service », témoigne Anne-Sophie Fribourg, vice-présidente de la commission maritime de TLF Overseas, le syndicat professionnel des organisateurs de transports.

15.000 dollars par conteneur

Actuellement, tout client (distributeur, industriel...) doit prévoir 4 à 6 semaines simplement pour réserver ses capacités en conteneurs. Il doit ensuite composer avec d'importants retards pour le transport (une bonne semaine de perdue sur l'axe Asie-Europe, qui prend habituellement environ 85 jours), et les redoutables « surestaries », ces majorations tarifaires imposées aux affréteurs indexées sur le temps d'attente dans les ports. Le tout en payant 15.000 dollars pour acheminer un conteneur de 40 pieds entre la Chine et l'Europe, contre 2.000 dollars avant la crise. Une hyperinflation qui va renchérir le prix de vente en magasin des produits importés.

De l'avis des professionnels du « shipping », cet engorgement planétaire devrait durer au moins jusqu'à l'été prochain, voire la fin 2022. Les seuls gagnants ? Les grands armateurs mondiaux, qui pourraient réaliser ensemble des bénéfices de 100 milliards de dollars en 2021, selon le cabinet Drewry Maritime Research - soit plus de 15 fois leurs profits cumulés de 2019 !

Ajout de nouveaux navires

Face à cette grande pagaille, quelles solutions se dessinent ? Elles ne sont ni simples à mettre en oeuvre ni immédiates. Sur les capacités de transport, les armateurs ne sont pas restés les bras croisés depuis le retournement de l'été 2020. « La capacité mondiale du transport maritime conteneurisé a augmenté de 4,06 % entre juin 2020 et juin 2021, et même de 9,1 % pour la flotte de CMA CGM », explique-t-on au sein de l'armateur français.

Ce dernier a réceptionné neuf porte-conteneurs géants de 23.000 « boîtes », acquis 45 bateaux d'occasion supplémentaires et commandé 800.000 conteneurs en quinze mois, malgré la pénurie chez les fabricants chinois, pour atteindre 4,8 millions d'unités. De quoi augmenter les rotations et les escales. D'autres opérateurs ont passé commande plus récemment, pour des nouveaux navires devant arriver en 2023-2024.

Mais même en faisant tourner toutes leurs capacités (1 % seulement des navires sont actuellement en maintenance), les armateurs ont encore du mal à répondre à la demande. Dopé par la reprise économique sur plusieurs continents, le trafic portuaire mondial devrait grimper de 10 % cette année, soit quatre fois plus qu'en 2019. Surtout, une partie de la croissance de la flotte est artificiellement gelée par les encombrements dans les ports. « Les armateurs ont commandé des bateaux, mais ils sont en attente d'escale. Chaque navire ne fait pas sa rotation habituelle, et le « temps de boucle » d'un conteneur (son voyage aller-retour) s'est allongé de 20 %. Résultat, 13 % de la capacité disponible sont artificiellement retirés du marché, à cause de ce manque de disponibilité des bateaux », selon Anne-Sophie Fribourg de TLF.

Bouchons sur la partie terrestre

Les bouchons, donc les possibles remèdes, concernent avant tout la partie terrestre des acheminements, actuellement en mal de salariés. « Il y a beaucoup de difficultés de recrutement de transporteurs routiers, opérateurs portuaires, ou caristes. Ces métiers ont été affectés par la pandémie », explique un professionnel. D'où les empilages de conteneurs en attente de chargement ou déchargement.

En attendant de résoudre ce lancinant problème, les armateurs contournent l'obstacle des ports les plus encombrés, comme Los Angeles, Singapour, Rotterdam ou Felixtowe en Grande-Bretagne, et visent des escales moins surchargées. En France, Le Havre ou Dunkerque servent actuellement de points de délestage pour les gros porte-conteneurs, quitte à utiliser ensuite un bateau plus petit jusqu'à la destination finale des marchandises.

Dans certains cas, les gros distributeurs inquiets pour leurs commandes à l'approche de la saison des fêtes, comme Walmart aux Etats-Unis ou Ikea en Europe, affrètent des navires pour leur propre compte. Mais cette coûteuse solution de secours ne peut être pérenne. D'autres misent sur des trajets en camion, qui effectuent la rotation Chine-Europe en près de 25 jours, en parallèle de la « route de la soie » ferroviaire, mais avec des quantités par nature limitées.

Les Echos **L'incroyable dépendance du monde aux conteneurs chinois**

La pénurie de conteneurs est l'un des principaux goulots d'étranglement du transport mondial de marchandises. Le secteur est fortement dépendant de la Chine qui fabrique la quasi-totalité des « boîtes ».



Les prix d'achat des conteneurs de 40 pieds (le gros du marché) ont dépassé les 6.500 dollars au printemps, faisant plus que doubler sur l'année et atteignant des sommets jamais observés depuis 1998. (Shutterstock)

<https://www.lesechos.fr/industrie-services/tourisme-transport/lincroyable-dependance-du-monde-aux-conteneurs-chinois-1355601>

Fin d'année compliquée pour ce patron d'une filiale chinoise d'un grand groupe industriel français. « *Une fois surmontée la pénurie de composants, notre production est entravée par les pénuries d'électricité. Et une fois que nous avons réussi à produire, nous faisons face à une pénurie de conteneurs, puis à une pénurie de bateaux pour exporter nos marchandises* », déplore-t-il. Avec, au bout du compte, des délais qui s'allongent et des coûts qui grimpent. La pénurie de conteneurs est l'un des principaux goulots d'étranglement qui affectent le transport maritime de marchandises et les chaînes d'approvisionnement mondiales.

Les prix d'achat des conteneurs de fret sec de 40 pieds (le gros du marché) ont dépassé les 6.500 dollars au printemps, faisant plus que doubler sur l'année et atteignant des sommets jamais observés depuis 1998, date à laquelle le cabinet spécialisé Drewry a commencé à surveiller les prix. Les prix des conteneurs réfrigérés et des conteneurs-citernes suivent la même courbe ascendante. « *En un an, le prix d'achat d'un conteneur-citerne est passé de 13.000 à 21.000 dollars* », observe François Batut, responsable Asie d'Eurotainer, le numéro un mondial du secteur de la location de conteneur-citerne.

Coût des matières premières

« *Les prix ont été déterminés par la demande croissante de conteneurs neufs, car les compagnies maritimes et les loueurs cherchaient à reconstituer leurs flottes*, explique John Fossey, analyste chez Drewry dans une note publiée en août. *Mais l'augmentation des coûts des intrants, en particulier pour l'acier Corten (une qualité requise, NDLR) et les revêtements de sol, a également joué un rôle.* »

Pour lutter contre la pénurie de « boîtes », les autorités chinoises ont demandé aux fabricants nationaux d'augmenter la production, avait indiqué le ministère des Transports dès juillet. Le transport de marchandises est extrêmement dépendant des industriels chinois : la Chine produit plus de 96 % des conteneurs de marchandises sèches du monde, 100 % des conteneurs réfrigérés à température contrôlée (« reefer ») et plus de 90 % des conteneurs-citernes. Une dépendance qui n'avait jamais posé de problèmes particuliers.

Mauvaise répartition

Au cours des six premiers mois de l'année, la production chinoise de boîtes sèches a grimpé de 235 % sur un an, pour atteindre 3 millions d'unités équivalent 20 pieds, selon Drewry. « *Les carnets de commandes des constructeurs sont pleins, et les délais de livraison s'allongent. Il fallait, il y a quelques mois, un peu plus de deux mois entre la commande et la livraison d'un conteneur citerne, contre près de six mois aujourd'hui, voire plus* », observe-t-on chez Eurotainer. *Les constructeurs font face à des délais plus longs d'approvisionnement ainsi qu'à un manque de main d'oeuvre pour répondre à l'explosion de la demande* ».



Capitalisant sur la forte demande, CIMC, un important fabricant de conteneurs, a enregistré un bénéfice net de 4,39 milliards de yuans (600 millions d'euros) dans son activité de fabrication au premier semestre, un résultat en hausse de... 1.739 % sur un an ! L'entreprise a produit plus de 1,1 million de conteneurs secs, soit 220 % de plus sur un an. « *Affecté par la forte demande continue et la hausse des prix des matières premières, le prix des conteneurs neufs a augmenté de manière significative au premier semestre* », pointe CIMC.

Drewry s'attend à ce que la production annuelle d'unités équivalent 20 pieds augmente de 67 %. Avec le risque d'assister à une offre excédentaire, une fois la pandémie terminée. Plus qu'un déficit global de conteneurs, c'est la mauvaise répartition des boîtes vides - qui congestionnent les ports américains, mais qui font défaut sur les terminaux chinois - qui participe à la désorganisation du fret maritime. Un phénomène qui mettra du temps à être corrigé.

Capital **Immobilier, électricité... la croissance de l'économie cale en Chine, "les incertitudes s'accumulent !"**

La croissance du pays n'a augmenté que de 0,2% par rapport au trimestre précédent, plus faible rythme depuis 2020.

Écrit par 6medias / Publié le 18/10/

<https://www.capital.fr/entreprises-marches/immobilier-electricite-la-croissance-de-leconomie-cale-en-chine-les-incertitudes-saccumulent-1417423>

Le ralentissement de l'économie chinoise était largement anticipé, mais un groupe d'analystes tablait toutefois sur une décélération moins prononcée (5%). Mais "les incertitudes s'accumulent" ! La Chine a vu sa croissance s'essouffler au troisième trimestre, avec une hausse du PIB de 4,9%, conséquence de la crise de l'immobilier et des pénuries d'électricité qui pénalisent les entreprises. Au deuxième trimestre 2021, le produit intérieur brut (PIB) du pays avait enregistré une hausse de 7,9% sur un an, après un rebond sur la période janvier-mars (18,3%).

Bien que sujet à caution, le chiffre officiel du PIB de la Chine est toujours scruté de près compte tenu du poids du pays dans l'économie mondiale. D'un trimestre à l'autre, la croissance du géant asiatique progresse de 0,2% seulement, un rythme bien inférieur à celui de la période avril-juin (1,3%) et le plus faible depuis début 2020 quand l'épidémie de Covid-19 avait mis quasi à l'arrêt l'activité en Chine. "Les incertitudes liées à la conjoncture mondiale s'accumulent, tandis que la reprise intérieure reste instable et inégale", a relevé le Bureau national des statistiques (BNS). Ce ralentissement de la croissance est lié principalement à "des coupures de courant, au rebond épidémique dans certaines régions en août, à des perturbations des chaînes d'approvisionnement et au ralentissement dans l'immobilier", relève l'analyste Rajiv Biswas, du cabinet IHS Markit.



Forte hausse du coût des matières premières

Désormais quasi débarrassée du Covid-19, la Chine voit sa reprise menacée par la forte hausse du coût des matières premières, en particulier du charbon, dont le pays est très dépendant pour alimenter ses centrales électriques. Résultat : les centrales tournent au ralenti, malgré une forte demande, et l'électricité est rationnée, ce qui a fait bondir les coûts de production et pénalisé les entreprises. En septembre, la production industrielle a ainsi progressé de 3,1% seulement sur un an, un rythme bien moindre que celui enregistré un mois plus tôt (5,3%). Les analystes tablaient certes sur un ralentissement, mais plus modéré (4,5%).

Autre point d'inquiétude pour les économistes: les déboires d'Evergrande et une éventuelle faillite de ce géant de l'immobilier. Ce secteur, qui est traditionnellement l'une des locomotives de l'économie chinoise, a joué un rôle clé pour la reprise post-pandémie. De ce fait, "une incertitude considérable demeure" pour la croissance en fin d'année, soulignait récemment dans une note la banque d'affaires Goldman Sachs. Une contagion de la crise immobilière au reste de l'économie pourrait coûter "dans le pire scénario" un à deux points de croissance à la Chine, a prévenu la banque UBS. Les autorités ont par ailleurs lancé ces derniers mois une campagne afin de freiner ce qu'elles considèrent comme un développement "désordonné" de l'économie. Plusieurs secteurs dynamiques (numérique, showbiz, cours de soutien scolaire...) ont été visés, faisant perdre aux firmes dans le collimateur des dizaines de milliards d'euros de valeur boursière. Ce tour de vis a créé de l'incertitude parmi les investisseurs et pesé sur la croissance.

Rebond épidémique

Sur le front sanitaire, la Chine a été confrontée cet été à un rebond épidémique, le plus important en termes d'étendue géographique, qui a pénalisé la consommation. La situation est désormais largement maîtrisée. Les ventes de détail, principal indicateur de la consommation, ont malgré tout connu une hausse de 4,4% sur un an en septembre, contre 2,5% en août. Il s'agit d'un niveau bien supérieur aux prévisions d'analystes (3,3%). Mais l'objectif de "zéro infection" en Chine, avec des quarantaines drastiques dès l'apparition de cas, risque de freiner la reprise, nuance l'analyste de la banque Nomura, Ting Lu. Le taux de chômage -- calculé pour les seuls urbains -- s'est affiché en septembre à 4,9%, en baisse de 0,2 point par rapport à août, après un record absolu de 6,2% en février 2020, au plus fort de l'épidémie.

Compte tenu du ralentissement économique, ce chiffre "laisse perplexe", relève l'économiste Zhang Zhiwei, chez Pinpoint Asset Management. Toujours est-il que la baisse du chômage ne va "pas inciter" Pékin à lancer des mesures pour relancer l'économie, croit savoir Zhang Zhiwei. Quant à l'investissement en capital fixe, sa croissance a fortement ralenti sur les neuf premiers mois de l'année, à 7,3%, selon le BNS. Officiellement, le gouvernement chinois vise un objectif de croissance du PIB d'au moins 6% cette année. Le Fonds monétaire international (FMI) table quant à lui sur une hausse de 8%. "Mais les perspectives s'annoncent difficiles pour le quatrième trimestre", prévient Rajiv Biswas. "Les pénuries d'électricité sont amenées à se poursuivre en hiver", une saison qui voit traditionnellement un pic de consommation.





<https://www.capital.fr/economie-politique/chine-les-couts-de-production-grimpent-comme-jamais-depuis-pres-de-25-ans-1417130>

Daniele Carotenuto Photography / GETTY IMAGES

L'usine du monde subit la crise : la Chine paie le prix de la flambée des coûts des matières premières, notamment celui du charbon.

Écrit par 6medias / Publié le 14/10/2021

Au plus fort depuis 25 ans: la hausse des coûts de production s'est accrue le mois dernier en Chine à un rythme record, sur fond de flambée des prix des matières premières qui pèsent sur l'activité de l'atelier du monde.

La reprise au niveau mondial a entraîné une forte hausse du coût des matières premières, en particulier du charbon dont la Chine est très dépendante pour alimenter ses centrales électriques.

Les producteurs d'électricité peinent à rentrer dans leurs frais mais ne peuvent reporter sur leurs clients la hausse des prix car la Chine encadre strictement les tarifs du courant.

Conséquences: les centrales tournent au ralenti malgré une forte demande et l'électricité est rationnée, ce qui a fait bondir les coûts de production pour les entreprises.

Le mois dernier, le coût de production a ainsi connu une hausse de 10,7% sur un an, a annoncé jeudi le Bureau national des statistiques (BNS).

Il s'agit de son rythme le plus élevé jamais enregistré selon les données du NBS qui remontent à octobre 1996. Ce résultat est supérieur à celui d'août (9%), qui était déjà un record en 13 ans.

En septembre, "les prix dans l'industrie ont poursuivi leur hausse sous l'effet d'une augmentation des coûts du charbon et dans certains secteurs énergivores", a relevé Dong Lijuan, un statisticien du BNS. Les prix du charbon ont ainsi augmenté sur un an de 74,9% le mois dernier.

Neutralité carbone et pression sur les prix

Cette flambée des prix a entraîné en Chine des fermetures totales ou partielles d'usines, qui peinent à être alimentées en courant alors que les autorités imposent dans plusieurs régions un rationnement de l'électricité.

La production s'en trouve pénalisée, ce qui fait bondir les coûts pour les entreprises au moment où les chaînes d'approvisionnement mondiales sont déjà sous tension.

En Chine, les prix du courant sont habituellement très encadrés et ne peuvent excéder 10%.

Pour atténuer ces pénuries, le gouvernement a autorisé le 8 octobre une hausse exceptionnelle des prix de l'électricité pour permettre aux producteurs de rentrer dans leurs frais. Cette augmentation est plafonnée à 20%.

"L'objectif ambitieux [des autorités chinoises] de neutralité carbone exerce une pression continue sur les prix des matières premières, que les entreprises finiront par répercuter" sur leurs clients, remarque l'économiste Zhiwei Zhang, chez Pinpoint Asset Management.

Ce n'est visiblement pas le cas pour le moment.

L'indice des prix à la consommation, principale jauge de l'inflation, s'est ainsi inscrit modérément en hausse en septembre (+0,7% sur un an), contre 0,8% un mois plus tôt.

Cette tendance s'explique en partie par la baisse du prix des produits alimentaires, notamment celle du porc, inférieurs de 46,9% par rapport à l'an dernier.

Dans le même temps, les prix dans le secteur du tourisme ont chuté en septembre de 9,9% sur un an, à la faveur d'un regain épidémique cet été en Chine dans plusieurs régions qui a dissuadé de nombreux Chinois de voyager.

Toutefois, une hausse des prix des biens de consommation semble inévitable en Chine "si le rationnement de l'électricité persiste", prévient l'analyste Julian Evans-Pritchard, du cabinet Capital Economics.



lundi 4 octobre 2021 . 4 min. 32

ALEXANDRE MIRLICOURTOIS / -
Directeur de la conjoncture et de la prévision

La Chine fait peur ! Le risque de faillite d'Evergrande, deuxième promoteur immobilier chinois, endetté à hauteur de 310 milliards de dollars, soit l'équivalent de 2,1% du PIB chinois, a fait resurgir la menace d'une crise financière systémique.

Le précédent Lehman Brothers reste en effet dans tous les esprits. Le gouvernement américain avait alors voulu faire un exemple en refusant d'intervenir pour sauver la banque d'investissement. La suite est connue, c'est la crise des subprimes qui débouchera sur une profonde récession mondiale. S'il apparaît clairement que les autorités chinoises veulent aussi faire un exemple, les errements du secteur immobilier ont fini par agacer le gouvernement, le scénario le plus probable demeure celui d'une restructuration de la dette du groupe sous l'égide du gouvernement.

L'économie chinoise s'essouffle

Cela ne clôt pas pour autant le sujet de la croissance en Chine et les inquiétudes qui l'entourent. L'image renvoyée par les PMI est bien celle d'une économie qui s'essouffle :

- Côté secteur manufacturier, la tendance est à la baisse depuis 6 mois et pour la première fois depuis février 2020 le plancher des 50 (c'est-à-dire le seuil séparant zone d'expansion et de contraction de l'activité) est cassé. L'épidémie faisait alors rage et de nombreuses usines étaient à l'arrêt. La configuration n'est donc pas du tout la même qu'à la sortie de la grande récession de 2008-2009. Non seulement le choc a été plus violent cette fois-ci, mais le redressement est plus laborieux et le soufflé est retombé plus vite.
- Cette même impression prévaut à la lecture du PMI non manufacturière. Certes, il a rebondi en septembre, mais c'est à la suite d'un mois d'août anormalement enfoncé en raison des restrictions sanitaires liées à la stratégie « zéro Covid » pour éviter la propagation du variant delta.

Or, comme pour le secteur manufacturier la tendance est la baisse et comme pour le secteur manufacturier la sortie de crise est plus laborieuse cette fois-ci qu'en 2008-2009. En cause une demande domestique amorphe avec des ventes au détail qui plafonnent et des immatriculations automobiles qui ne parviennent toujours pas à retrouver leur moyenne de 2019 depuis le début de l'année, trahissant la méfiance des consommateurs.

Tour de vis réglementaire

À cela s'ajoutent deux autres points noirs :

- Le premier, c'est le tour de vis réglementaire dans le secteur privé, d'abord à l'encontre des entreprises de la Tech. Cela a commencé en novembre 2020 par la suspension de l'entrée en bourse d'Ant Group (filiale financière du groupe Alibaba). Mais ce sont aussi de lourdes amendes (2,8 milliards de dollars pour Alibaba par exemple) ou des rappels à l'ordre pour Didi, le « Uber Chinois » pour sa politique de gestion de données avant d'éventuelles sanctions. De surcroît, d'autres secteurs sont désormais dans la ligne de mire : l'immobilier, la publicité, la santé. Règles plus strictes de la concurrence, contrôle des données, des profits excessifs, refus de cotations à l'étranger, nomination d'administrateurs représentant l'État, déclaration sur la redistribution de richesse, l'intervention publique dans les affaires privées est montée de plusieurs crans. Avec cette conséquence : des turbulences sur les marchés actions. Et ce risque : celui de voir perdre en efficacité ces entreprises.
- Second point noir, la réduction progressive du soutien public à l'économie. La Chine est la seule grande économie à avoir normalisé sa politique économique de pandémie à la fois du côté du budget central et du côté des crédits.

Pékin plafonne désormais la production des secteurs

À ces ventes contraires s'ajoutent trois facteurs structurels qui pèsent sur la croissance à venir :

1. Le premier, le vieillissement démographique. La part de la population en âge de travailler (par convention les 15-64 ans) dans la population totale se réduit déjà et d'après les projections de l'OCDE la contraction en valeurs absolues du nombre de travailleurs, déjà perceptible, va s'accroître dans les prochaines années.
2. Deuxième avatar, la modernisation des entreprises est avancée donc le filon du rattrapage de la productivité s'épuise.
3. Enfin, il y a le coût de la transition énergétique voulue par Pékin. Et pour cause, les émissions de CO₂ de la Chine ont explosé et font de la Chine le numéro 1 en la matière devant les États-Unis et l'Europe. Les engagements pris par Xi Jinping aux Nations Unies en septembre 2020 (parvenir au pic des émissions carbonées du pays en 2030 et neutralité carbone en 2060) ont ouvert la voie à une révision des politiques énergétiques et contraint le gouvernement à décider de plafonner cette année la production au sein des secteurs les plus gourmands en énergie.

Entre freins conjoncturels et blocages structurels, la Chine a définitivement fini de manger son pain blanc.

En trois ans, 1 400 projets ont été financés par le dispositif Territoires d'industrie

En trois ans, l'Etat a investi 1,37 milliard d'euros pour soutenir des projets dans les 146 Territoires d'industrie.



Solène Davesne / 12 Octobre 2021 / © Pascal Guittet / L'ETI Mecalac a bénéficié du soutien du fonds d'accélération des investissements industriels pour relocaliser.

<https://www.usinenouvelle.com/editorial/en-trois-ans-1-400-projets-ont-ete-finances-par-le-dispositif-territoires-d-industrie.N1148892>

La politique industrielle ne passe pas que par le soutien aux champions technologiques de demain. Alors que l'Elysée s'apprête à lancer mardi 12 octobre son plan France 2030 pour projeter l'industrie sur les technologies de rupture d'avenir, la réindustrialisation se joue aussi au plus des territoires, par le système aux écosystèmes locaux. Trois ans après le lancement des Territoires d'industrie, le gouvernement en dresse un bilan positif, à l'occasion du troisième comité de pilotage du dispositif.

Sur les 146 Territoires d'industrie identifiés, souvent situés loin des grandes métropoles, 1 800 projets ont été remontés en trois ans du terrain. Tous ne nécessitaient pas de financement, certains relevant de mesures de simplification par exemple. Mais au total, l'Etat estime avoir fléché 1,37 milliard d'euros vers les Territoires d'industrie, via le plan de relance, mais aussi par le biais de la Banque des territoires ou Bpifrance.

27 000 emplois créés

Les régions ont par ailleurs injecté 569 millions d'euros en co-investissement. En particulier, 1 416 projets industriels portés par des entreprises ont bénéficié de 573 millions d'euros de subventions de la part du fonds d'accélération des investissements industriels dans les territoires. Ce qui a permis d'engager in fine 5,4 milliards d'euros d'investissement, pour 27 255 emplois créés. Parmi ceux-ci, près de 209 concernent la relocalisation d'activités pour un milliard d'euros d'investissement.

Au-delà, 82 projets visent la création de centres de formation des apprentis, d'écoles de production ou le déploiement de formations en interne dans les entreprises. Pour poursuivre la dynamique, le gouvernement a annoncé en septembre une rallonge supplémentaire de 150 millions d'euros pour le fonds d'accélération des investissements industriels.

Une approche innovante

Création d'une école sur l'usine du futur à Alès (Gard), installation d'un plateau technique de chaudronnerie à mi-chemin entre les vallées de la Maurienne et de la Tarentaise (Savoie), création d'une cité numérique à Chalon-sur-Saône (Saône-et-Loire), réhabilitation de friches industrielles ... Le dispositif des Territoires d'industrie valide une nouvelle approche de la politique industrielle, Avec l'objectif de laisser émerger du terrain les projets les plus porteurs, pour renforcer l'attractivité du tissu local et les liens entre entreprises et collectivités locales en faveur du développement industriel.

« L'Etat, les élus et les industriels ont travaillé main dans la main pour élaborer une feuille de route adaptée à chaque bassin d'emplois », rappelle Agnès Pannier-Runacher, la ministre chargée de l'Industrie, dans le rapport d'étape. Au niveau local, un binôme regroupant un élu et un industriel a été constitué pour assurer le pilotage de ces contrats industriels.

Pour aider les territoires à se structurer, des chefs de projet ont été nommés, cofinancés par l'Etat et les régions. Au-delà, près de 16 territoires fragilisés par des mutations profondes de leur tissu industriel ont bénéficié d'un accompagnement plus structuré en ingénierie par des cabinets de conseil pour les aider à se relancer. C'est ce qui a été réalisé par exemple à Béthune (Pas-de-Calais), après l'annonce de la fermeture de l'usine de pneumatiques de Bridgestone.



LesEchos Ces fadaises sur le « monde d'après »

Le commerce international a retrouvé son niveau d'avant-crise, le charbon est plus que jamais utilisé pour produire de l'électricité (hélas) et on importe toujours autant de masques de Chine : le monde ne s'est pas mis à tourner dans l'autre sens depuis dix-huit mois.

Par **Dominique Seux** / Publié le 5 oct. 2021

<https://www.lesechos.fr/idees-debats/editos-analyses/ces-fadaises-sur-le-monde-dapres-1352294>

Ah, que n'a-t-on pas entendu au printemps 2020, quand le Covid s'est abattu sur le monde, contraignant celui-ci à se claquemurer ; Ah, que n'entend-on pas sur le changement climatique ? Tout devait changer, tout va changer, notamment sur la façon dont l'économie fonctionne. Sans nul doute, la France a été en pointe pour son enthousiasme réformateur, des centaines d'articles et des dizaines de livres y ont été publiés.

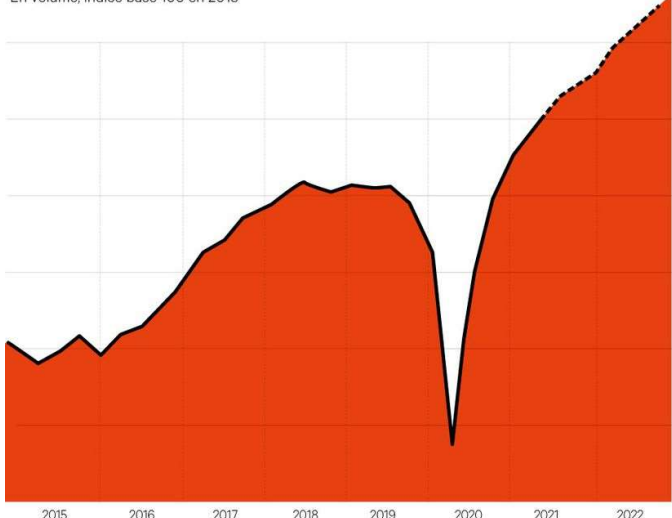
Bientôt deux ans après, les esprits sont obligés de se refroidir : le monde n'est pas si différent que cela. Certes, l'accélération digitale a des conséquences, notamment avec la généralisation du télétravail et le tassement - durable - des « voyages d'affaires ». Certes, les entreprises réfléchissent différemment. Certes, les confinements successifs ont renvoyé un certain nombre d'entre nous à des choses plus essentielles.

Mais trois exemples d'actualité montrent qu'entre les desideratas ou les travaux de prospective d'un côté, la réalité factuelle bête et méchante de l'autre, il y a parfois un fossé.

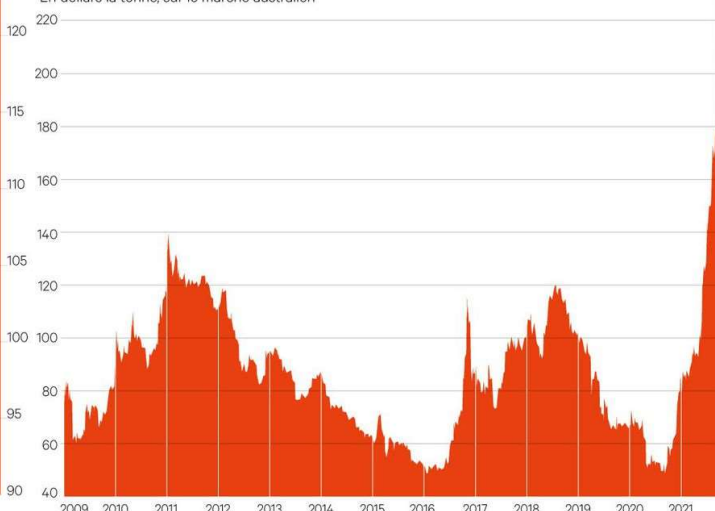
1-La mondialisation. C'était certain, elle allait s'écrouler après la crise sanitaire qui a conduit à fermer les frontières et à découvrir que les interdépendances n'ont pas que des avantages. Les données publiées lundi par l'Organisation mondiale du commerce montrent qu'il n'en est rien. Les échanges de marchandises devraient grimper de plus de 10 % cette année (après un recul de 5,3 % en 2020).



La hausse du commerce mondial de marchandises
En volume, indice base 100 en 2015



Le cours du charbon à un plus haut historique
En dollars la tonne, sur le marché australien



Si ce rebond est conjoncturel avec la reprise et si un tassement est attendu l'an prochain, le commerce mondial a tout de même d'ores et déjà dépassé son niveau d'avant-crise. C'est cela qui est significatif. Au-delà des effets des politiques de relance qui soutiennent partout la consommation (et donc les flux de marchandises), la mondialisation n'a pas dit son dernier mot.

Des éléments plus concrets disent la même chose. Le 29 septembre, 87 navires ont passé le canal de Suez, un record jamais vu. La flotte mondiale a grimpé de 4 % entre juin 2020 et juin 2021, ce qui n'a pas freiné la hausse des prix du transport. « Le revenu moyen de CMA CGM par EVP était de 1.756 dollars au deuxième trimestre, contre 1.112 dollars un peu plus tôt », indique l'entreprise.

En forte croissance, le commerce mondial a dépassé son niveau d'avant crise

En quinze mois, la flotte de la compagnie française a transporté 800.000 conteneurs supplémentaires... La conclusion (provisoire) à en tirer est que si la phase de surmondialisation (un commerce mondial qui progresse deux fois plus vite que le PIB) est derrière nous, les échanges de biens avancent au rythme du PIB, et ne reculent nullement.

2- Les énergies fossiles. Là aussi, les promesses du monde d'après, celle d'un monde qui dégage moins de CO₂, ne sont pas au rendez-vous cet automne. « Les centrales à charbon tournent à plein régime », titraient « Les Echos » ce matin. L'explication est connue : la production d'électricité à partir du charbon est actuellement moins onéreuse qu'à partir du gaz, et les pays utilisent ce levier.

« De la Pologne à la Grande-Bretagne en passant par la Chine, les centrales à charbon sont plus utilisées que d'ordinaire à cette période de l'année, alors même que la saison froide n'a pas encore commencé dans l'hémisphère Nord », écrit Vincent Collen, notre journaliste spécialiste des énergies. En Chine, la consommation de charbon est 14 % plus élevée qu'un an auparavant...

Pour la première fois depuis 2018, l'Allemagne utilise quant à elle aujourd'hui davantage le charbon que le gaz pour sa production électrique. Le résultat est que le cours du charbon tutoie les 220 euros la tonne (contre 50 dollars en 2020), mais surtout qu'on retrouvera la trace de ce recours à l'énergie la plus polluante qui soit dans le bilan CO₂ de l'année 2021.

3- Les relocalisations. Elles devaient être l'alpha et l'oméga de la reconquête de la souveraineté industrielle après la crise sanitaire, qui a montré notre dépendance à l'égard de biens essentiels. Si des usines de batteries électriques s'installent effectivement en France et en Europe, c'est surtout parce que le marché explose. Pour le reste, les exemples de relocalisations, comme sur le Doliprane, restent limités.

Illustration par les masques : les industriels français, encouragés et soutenus, se désespèrent de leur (très) faible part de marché, face à des importations qui restent massives. Environ 3,5 milliards de masques ont encore été importés depuis janvier, surtout de Chine. Il faut dire que les produits chinois sont vendus 2 centimes d'euro l'unité, contre 6 à 10 centimes pur l'équivalent tricolore...



Pas de vraie inflation en vue il y a de la tension sur les prix, mais ce n'est pas encore de l'inflation

le mardi 12 octobre 2021 .



ALEXANDRE MIRLICOURTOIS

- Directeur de la conjoncture et de la prévision

https://www.xerficanal.com/economie/emission/Alexandre-Mirlicourtois-Pas-de-vraie-inflation-en-vue-306348535_3750075

Pas une journée sans un titre évoquant le retour fracassant de l'inflation. À juste titre. La hausse des prix à la consommation, qui était encore nulle en décembre 2020, a franchi la barre symbolique des 2% en septembre dernier pour la première fois depuis 3 ans.

Prix de l'énergie : une future correction à la baisse

Pour autant, le diagnostic d'un retour définitif de l'inflation n'est pas tranché. Pour qu'il le soit, il faudrait que l'augmentation des prix soit générale, qu'elle s'installe dans le temps et qu'elle soit auto-entretenue. Or, ces conditions ne sont pas remplies. D'abord, l'inflation est, jusqu'à maintenant, quasi exclusivement nourrie par la flambée des prix de l'énergie : pétrole, gaz, charbon, électricité... Les cours et les tarifs s'envolent et se retrouvent au cœur de la progression de l'indice général des prix. Sur les 2,1 points d'inflation de septembre, plus de la moitié a pour origine l'énergie alors que les produits manufacturés contribuent pour seulement 0,1 point. Or, beaucoup d'éléments poussent vers un scénario de correction à la baisse des prix de l'énergie.

- Côté pétrole, la hausse des cours ne vient pas d'une pression de la demande — la consommation mondiale de pétrole demeure en effet inférieure de 4% à son niveau d'avant crise —, mais d'un ajustement plus brutal de la production qui reste plus loin encore de son pic pré-pandémie. Si la production américaine est durablement entravée par la politique énergétique de Joe Biden, l'offre des pays membres de l'OPEP + va s'accroître après avoir été contingentée. C'est une demande forte de la Russie, à quoi va s'ajouter le retour à venir des barils iraniens sur le marché.

- Idem, pour le gaz. La volonté de la Russie de limiter ses exportations vers l'Europe pèse, mais c'est surtout l'incapacité de la Norvège à restaurer son niveau production après l'incendie de sa principale usine de liquéfaction qui a alimenté les cours. Un choc par nature transitoire alors que le pays s'apprête à augmenter de 2% ses exportations annuelles de gaz naturel par gazoduc. C'est bon pour la facture du gaz, mais aussi de l'électricité. L'énergie devrait donc progressivement ne plus peser sur l'inflation, voire avoir un impact légèrement déflationniste en 2022.

Métaux : début de reflux

Autre source d'inquiétude, la flambée des métaux et des produits agricoles qui se retrouvent maintenant dans les prix de production des produits transformés dont les hausses s'amplifient, qu'ils soient fabriqués en France (+10%) ou importés (+13,4%). Des augmentations spectaculaires à replacer dans le contexte d'une année 2020 totalement atypique avec des prix qui s'étaient effondrés avec la pandémie. L'effet de base est donc important. En outre, le diable se cache dans les détails. Dans le sillage du pétrole, ce sont les prix des produits de la cokéfaction et du raffinage qui poussent le plus avec une envolée de plus de 63%. Emmenée par les produits métallurgiques, la catégorie « autres produits manufacturés » progresse également rapidement. Dans un contexte où en amont les cours des métaux plafonnent désormais voire ont commencé à refluer, le soufflé devrait retomber. Pour les autres lignes de produits, les hausses restent limitées de 2 à 3%.

Aucune boucle prix-salaire en formation

Quant à l'évolution de salaires, la tendance de fond reflétée par les fluctuations du salaire mensuel de base montre des augmentations limitées comprises entre 0,3 et 0,5% par trimestre, pas de quoi faire déraiser l'inflation, notamment les prix dans les services. Avec la revalorisation du SMIC au 1er octobre, il faut s'attendre à une accélération au 4e trimestre, mais elle restera modérée. Finalement dans la continuité des années précédentes, la progression du salaire mensuel de base atteindra 1,6% cette année avec des perspectives de progression encore modeste en 2022.

Bref, aucune boucle prix-salaire n'est en formation. Oui, il y a de la tension sur les prix, mais ce n'est pas encore de l'inflation.



Les Echos L'inflation n'est ni une surprise, ni provisoire

<https://www.lesechos.fr/idees-debats/editos-analyses/linflation-nest-ni-une-surprise-ni-provisoire-1349091>

Devant la flambée des prix de l'énergie, mais aussi des denrées alimentaires et des biens durables, les pouvoirs publics tentent de rassurer l'opinion en parlant de hausse provisoire. Rien n'est plus illusoire, estime Eric Le Boucher.



Les cours du gaz ont « flambé » depuis le début de l'année avec une multiplication par 3 du prix. (Shutterstock)

Par **Eric Le Boucher** (éditorialiste aux « Echos ») / Publié le 24 sept. 2021

Cette fois-ci, c'est le gaz et l'électricité. « Surprise ! », les prix ont flambé sur les marchés spot depuis le début du mois. A cause d'une pénurie ou d'un « goulot d'étranglement » dont on cherche la raison dans le crâne de Poutine. Jennifer Granholm, secrétaire à l'Energie des Etats-Unis, a soupçonné publiquement la Russie de ne pas augmenter ses livraisons pour bien faire comprendre qu'il faut achever la construction du gazoduc Nord Stream 2.

Fausse « surprise », en tout cas bien tardive, en réalité : les cours du gaz ont « flambé » depuis le début de l'année avec une multiplication par 3 du prix. Idem pour l'électricité : multiplication par deux. Surprise corollaire à venir : les Européens vont finir par découvrir désagréablement que le tsar de toutes les Russies les tient par la barbichette.

Surprise ! Les cours du bois ont flambé, puis ceux du café, puis ceux du blé, puis ceux du sucre. Il est tombé trop d'eau ici et pas assez là, le résultat est le même : pénurie. La Chine, l'autre empire coupable, achète de tout à tour de bras pour faire d'immenses stocks.

« Cela ne durera pas »

Surprise ! Les cours du shipping flambent : plus 20 % pour le mois d'août sur un marché devenu complètement erratique et inégalitaire. On ne vous parle pas des semi-conducteurs, un « goulot d'étranglement » qui freine toujours les usines automobiles du monde entier et donne un sérieux coup de frein à la croissance, comme en Allemagne . La cause ? La reprise « trop bonne » des économies qui fait se battre pour avoir des puces.

« Provisoire » est l'autre calmant qu'on distribue pour calmer la hausse des prix. Les économistes nous l'ont assuré : cela ne durera pas. Une poussée « provisoire » due à la pandémie qui a contingenté des productions. Sitôt les piqûres faites, tout redémarrera comme avant, car « les facteurs structurels qui ont pesé sur l'inflation depuis trente ans » continueront de jouer. Pas de crainte à avoir. Et surtout : éviter à tout prix (c'est le cas de le dire) que, d'une part, les banques centrales serrent la vis et remontent les taux et que, d'autre part, les syndicats commencent à réclamer des compensations.

Revendications salariales

Les banques centrales obéiront, du moins pour le moment, elles ont trop peur d'être tenues pour responsables d'un relèvement du coût des dettes qui flanquerait une pagaille noire. Les syndicats pas sûr. L'inflation au sein du G20 galope aujourd'hui au rythme surprise de 4,5 % (troisième trimestre). L'OCDE vient de donner ses prévisions : l'inflation atteindra 3,6 % aux Etats-Unis cette année, 2 % en France, 3 % en Allemagne. Les salariés vont découvrir ces chiffres et gamberger : les revendications commencent. Les salaires, c'est comme le vin, une petite rasade, « ce serait bon », nous dit Laurence Boone de l'OCDE, mais attention à la consommation d'alcool. La hantise est « l'indexation » qui entraînerait la spirale prix-salaires.

Provisoire ? Retour au calme en 2022 ? Vraiment ? En fait, personne ne sait quels « goulots d'étranglement » vont pouvoir se desserrer et quand. D'où une incertitude complète à court terme, à un an.

Sur le long terme, la hausse des prix ouvre des débats majeurs sur la consommation des ménages. Le siècle a besoin de mieux payer les producteurs, notamment alimentaires, et il a besoin d'investir beaucoup plus dans les technologies et dans la transition climatique. Les deux jouent dans le même sens, des prix plus élevés vont jouer un rôle très positif pour le futur de l'économie mondiale.

Hausse des prix

En France, le gouvernement a décidé de donner un chèque de 100 euros à 5,8 millions de foyers « étranglés » par les hausses du coût de l'énergie. Il faudra sans doute aller dans ce sens, aider les plus démunis dans le grand basculement qui s'annonce. Mais il faudra que les mots « surprise » et « provisoire » soient bannis du vocabulaire des gouvernements. Le relèvement des prix de l'énergie n'est qu'au début de ce qu'il va falloir faire, il n'a rien de « provisoire ».



Même chose pour les denrées alimentaires, il faut des hausses substantielles pour que les producteurs, ici et dans les pays pauvres, soient mieux rémunérés et investissent dans la qualité durable. Les gouvernements devraient au passage, copiant la Chine, inventer des mécanismes (des gigantesques stocks de compensations internationaux) pour réguler ces hausses dans le temps et lisser les inévitables à-coups des marchés.

Ni surprise ni provisoire, mais voulue et organisée, les gouvernements devraient commencer à dire cette vérité aux ménages sur la hausse des prix.

LesEchos **En France, le pic d'inflation est attendu en fin d'année**



Le détail par produit des données publiées par l'Insee met en évidence l'ampleur de l'impact des hausses des cours du pétrole (+17 % sur un an) et du gaz (+31 %). (ROMAIN DOUCELIN/SIPA)

Par **Nathalie Silbert** / Publié le 15 sept. 2021

<https://www.lesechos.fr/economie-france/conjoncture/en-france-le-pic-dinflation-est-attendu-en-fin-dannee-1346410>

La hausse des prix est-elle partie pour durer ? Depuis plusieurs mois, l'inflation accélère en France. En août, elle a atteint 1,9 %, sur un an, selon les données définitives publiées ce mercredi par l'Insee. Elle demeure toutefois en deçà de la cible de 2 % fixée par la Banque centrale européenne.

Le détail, produit par produit, met en évidence l'ampleur de l'impact des hausses des cours du pétrole (+17 %) et du gaz (+31 %).



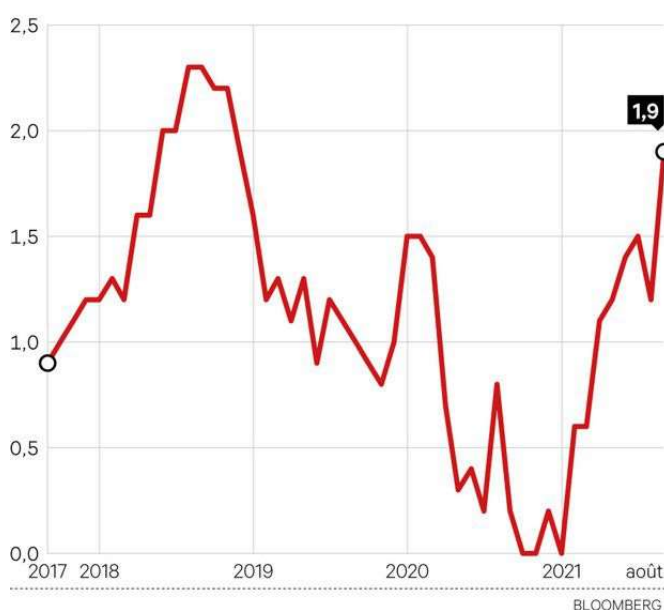
Mais une série d'autres produits voient leur prix monter sous l'effet du renchérissement de certaines matières premières : l'alimentation (+1,3 %) - notamment les produits frais (+6,8 %) -, des biens manufacturés tels les meubles et articles d'ameublement (+4,2 %) ou encore les jeux et jouets (+3,4 %).

Pic à 2,75 % sur un an

« Par rapport à nos projections de juin, la remontée de l'inflation en juin, juillet et août a été encore plus forte qu'attendu », constate la Banque de France dans sa note de conjoncture publiée en début de semaine. Les [pénuries mondiales, les goulots d'étranglements sur certains matériaux](#) et l'enchérissement du fret maritime ont créé un choc sur les prix « plus fort et plus prolongé qu'escompté ».

Les prix à la consommation en France

En glissement annuel, en %



La banque centrale estime que l'inflation devrait poursuivre sa progression d'ici à la fin de l'année, avec sur douze mois, un pic possible à 2,75 %.

Le directeur général de la Banque de France Olivier Garnier se veut toutefois rassurant. « Il s'agit d'une hausse temporaire », a-t-il affirmé en conférence de presse. Si l'ampleur du pic reste « incertaine », le point haut pourrait être atteint en fin d'année. Les hausses de prix s'assagiraient ensuite. A horizon 2023, l'inflation reviendrait à 1,4 %.

Fléchissement des prix

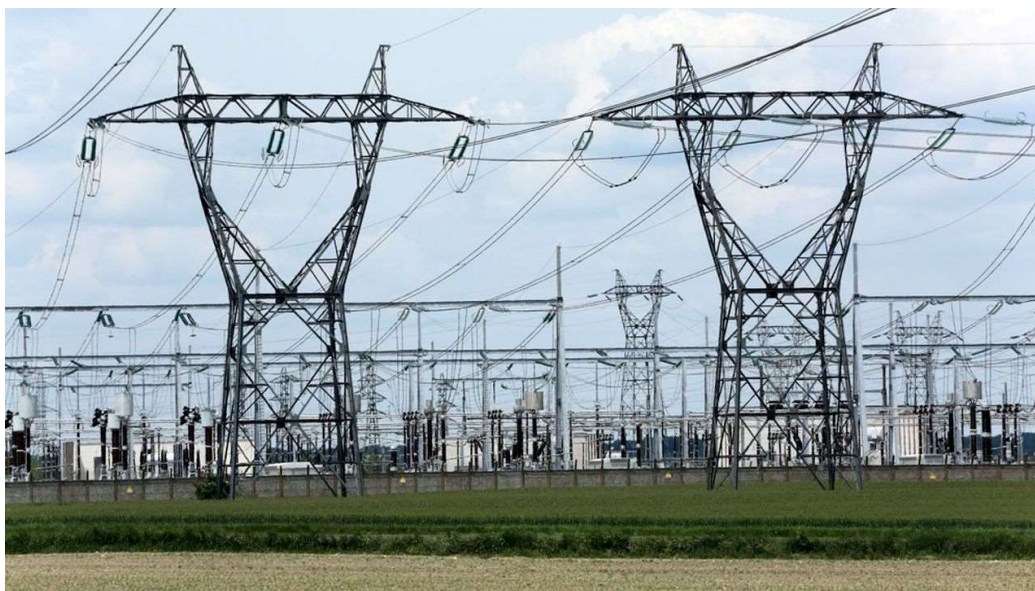
Pour l'heure, le phénomène n'inquiète pas vraiment les économistes. Beaucoup d'entre eux estiment que les principaux facteurs de la hausse des prix s'atténueront progressivement. « Il se peut que, pendant six ou neuf mois, on observe encore des tensions sur les prix avec un impact négatif sur le pouvoir d'achat des ménages. Mais les ingrédients manquent pour que l'on rentre dans un vrai cycle d'inflation », analyse Gilles Moëc, chef économiste chez AXA Investment.

Les cours de certaines matières premières ou produits industriels de base ont déjà commencé à fléchir. Denis Ferrand, directeur de Rexecode, rappelle aussi dans une [tribune récente dans « Les Echos »](#) qu'une partie des pénuries constatées était liée aux anticipations d'achat des ménages pendant la crise du Covid. Or ce phénomène devrait lui aussi s'estomper.

Face aux [problèmes d'embauches](#), la Banque de France retient néanmoins parmi les aléas possibles sur la reprise française le risque de formation d'une boucle « prix-salaires ». Soit un enchaînement où la hausse des prix entraînerait des revendications salariales, répercutées sur les prix par les entreprises générant ainsi à leur tour une inflation. « Le risque est faible. Même s'il y a des difficultés de recrutement, il n'y a pas urgence à agir sur les salaires », estime Gilles Moëc.

Carburant, gaz et électricité voient leur prix grimper en flèche, accentuant la pression inflationniste dans plusieurs pays. Les gouvernements, notamment européens, promettent d'agir pour limiter l'impact sur le portefeuille des ménages.

L'inquiétude grandit et les interrogations sur le caractère conjoncturel du phénomène se multiplient.



Les Etats mettent en place des solutions rapides pour permettre aux ménages et aux industriels de faire face aux effets de la hausse des prix de l'énergie. (SICCOLI PATRICK/SIPA)

<https://www.lesechos.fr/industrie-services/energie-environnement/energie-5-questions-sur-la-flambée-des-prix-dans-le-monde-1350412>

Par **Hayat Gazzane** / Publié le 29 sept. 2021

La reprise économique est là et avec elle, l'inflation. Le phénomène est de plus en plus inquiétant pour les Etats et les ménages, touchés au portefeuille.

Outre les denrées alimentaires, qui ont vu leur prix battre des records ces derniers mois, l'énergie est particulièrement concernée. Carburant, gaz et électricité voient leur prix s'envoler. Retour sur les enjeux en 5 questions.

1. D'où vient la hausse des prix de l'énergie ?

Concernant les carburants, la hausse est liée à la progression des cours du baril de pétrole sur les marchés mondiaux (bien qu'en France, les taxes représentent plus de la moitié du prix). Mardi, pour la première fois depuis octobre 2018, le prix du Brent a ainsi dépassé les 80 dollars tandis que le WTI a grimpé à 76 dollars. Les deux ont gagné plus de 50 % depuis le 1er janvier. La reprise économique, dopée par le déploiement des vaccins anti-Covid et l'assouplissement des mesures de confinement, ainsi qu'une offre toujours restreinte, expliquent cette tendance. Le prix de l'or noir est aussi tiré vers le haut par les tensions sur le gaz, les industriels se tournant vers le brut pour produire de l'électricité.

Concernant le gaz, justement, les facteurs expliquant la hausse des prix sont multiples. Il y a le fort rebond de l'économie mondiale, l'importante demande asiatique en GNL. Mais aussi, en Europe, des stocks bas et une incapacité de la Norvège et de la Russie d'augmenter leurs livraisons, explique la Commission de régulation de l'énergie (CRE). Résultat : les cours s'envolent , alors même que se profile la saison hivernale. L'électricité suit le rythme, le mécanisme qui détermine son prix de marché en Europe étant directement lié aux fluctuations du gaz et à l'augmentation du prix des quotas de CO2.

2. Quels sont les pays concernés ?

Le phénomène est mondial. Aux Etats-Unis, les prix du gaz ont doublé depuis le début de l'année. L'Asie et l'Amérique latine sont aussi concernées. En Europe, le Royaume-Uni, l'Espagne et l'Italie, dépendant du gaz pour la production d'électricité, sont les plus touchés.

La France, qui ne dispose pas de gaz sur son territoire et importe 99 % de sa consommation de gaz naturel, subit de plein fouet les variations des prix de marchés européens et mondiaux. Malgré un parc nucléaire puissant, l'Hexagone n'est pas non plus épargné par la hausse des prix de l'électricité en raison du mécanisme européen de fixation des prix. Une situation que le ministre des Finances, Bruno Le Maire, a d'ailleurs déplorée .

3. Quel impact pour les entreprises et les ménages ?

La flambée des prix du gaz et de l'électricité a des effets immédiats sur les entreprises. Certaines d'entre elles doivent supporter un quasi-doublément de leur facture . Cette situation a pour conséquence d'augmenter les coûts de production, une hausse que certaines entreprises ne pourront pas - ou pas entièrement - répercuter sur leurs clients. Certaines évoquent aussi déjà l'éventualité de tailler dans leur budget investissement pour 2022.

Du côté des ménages, l'impact est également direct. Les automobilistes supportent déjà une hausse de 15 % des prix du gasoil et de l'essence sans plomb 95-E10 depuis le début de l'année, selon les relevés hebdomadaires du ministère de l'Ecologie . Leur facture de gaz et d'électricité ne cesse aussi de grimper. La CRE a annoncé une hausse de 12,6 % du prix du gaz entrée en vigueur le 1er octobre . L'augmentation des prix de l'électricité devait atteindre 12% environ au 1er février prochain , avant que le gouvernement ne décide de la limiter à 4%.

4. Quelles sont les solutions proposées ?

Les gouvernements concernés ont annoncé des mesures immédiates pour amortir l'impact de la hausse des prix de l'énergie sur les entreprises et les ménages. C'est le cas de l'Italie, où le Premier ministre, Mario Draghi, a annoncé des mesures de 3 milliards d'euros. Son homologue espagnol Pedro Sánchez a, lui, déjà abaissé une taxe spéciale sur l'électricité payée par les entreprises et les particuliers . Au Royaume-Uni, le gouvernement de Boris Johnson s'est résolu à apporter un soutien financier évalué à « plusieurs millions de livres » à certains industriels.

En France, le gouvernement a annoncé le versement en décembre d'un chèque énergie exceptionnel de 100 euros pour aider près de 6 millions de ménages modestes à payer leur facture énergétique.



Au printemps prochain, 150 euros seront à nouveau versés au titre du chèque énergie, a promis le ministre de l'Economie, Bruno Le Maire. Dans l'immédiat, le Premier ministre Jean Castex a annoncé la mise en place d'un «bouclier tarifaire» qui permettra d'éviter une nouvelle flambée des prix du gaz de 30 % au cours des deux derniers mois de l'année. Les prix resteront figés jusqu'au printemps puis la hausse qui aurait dû avoir lieu l'hiver sera lissée sur les 12 mois suivants. L'augmentation des prix de l'électricité sera, elle, limitée grâce à un geste sur les taxes.

A plus long terme, la France plaide pour une remise à plat du marché européen de l'énergie. La Commission européenne évoque pour le moment la préparation d'un texte qui détaillera les outils à disposition des Etats-membres pour alléger les factures énergétiques des ménages.

5. La situation va-t-elle rapidement s'améliorer ?

Selon les analystes, tout va dépendre de l'évolution des prix du gaz dans les semaines à venir. Si elle voit se profiler une amélioration de la situation, la CRE estime qu'elle ne se produira pas avant l'année prochaine.

« Les prix de gros du gaz pour les produits futurs indiquent actuellement un maintien de ces niveaux de prix très élevés pendant l'automne 2021 et l'hiver 2021-2022, puis une baisse à partir du printemps et de l'été 2022, avant un retour à la normale pour l'année 2023 », écrit-elle. De quoi faire dire au Premier ministre, Jean Castex, que la situation actuelle est « conjoncturelle »... A plus long terme, en Europe, la Russie a promis d'augmenter ses livraisons de gaz naturel et de signer de nouveaux contrats de livraison avec des volumes accrus.

Nous vous rappelons que vous retrouverez dans votre espace adhérent www.gifec.org les dernières analyses et prévisions économiques détaillés par secteurs d'activité et pays de nos partenaires XERFI et REXECODE



Les Echos L'inflation, la grande inconnue de la reprise

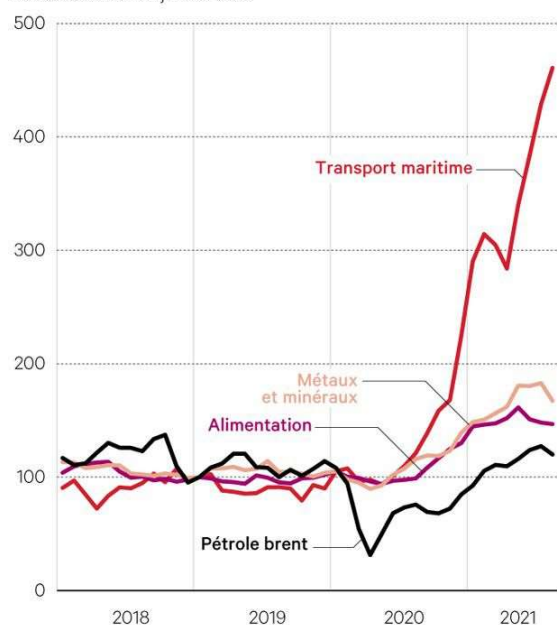
Par **Guillaume de Calignon** / Publié le 21 sept. 2021

<https://www.lesechos.fr/monde/enjeux-internationaux/l'inflation-la-grande-inconnue-de-la-reprise-1347957>

L'OCDE table sur une croissance du PIB mondial de 5,7 % cette année puis de 4,5 % l'an prochain. Mais les économistes de l'organisation mettent en garde contre les risques que l'inflation grimpe encore plus vite. Aux Etats-Unis, depuis trois mois, l'inflation a dépassé la barre des 5 % sur un an. (Richard B. Levine/Newscom/SIPA)

Le retour de l'inflation fera-t-il dérailler la reprise ? Le risque existe, estiment les économistes de l'Organisation de coopération et de développement économique.

Les prix des matières premières et du transport maritime ont augmenté
Indice base 100 en janvier 2019



« LES ÉCHOS » / SOURCE : OCDE

Les anticipations d'inflation des ménages sont plus élevées mais restent contenues
Anticipations à 1 an, en %



« LES ÉCHOS » / SOURCE : OCDE

Dans leurs dernières prévisions publiées ce mardi matin, ils jugent que la reprise est bien engagée, puisqu'ils tablent sur une hausse de 5,7 % du PIB mondial cette année puis de 4,5 % l'an prochain.

Mais ils insistent sur le fait que la hausse des prix à la consommation est « repartie dans le monde, ces derniers mois, poussée par l'augmentation des prix des matières premières, les tensions pesant sur l'offre et la demande des consommateurs ».

L'inflation est désormais supérieure à 5 % aux Etats-Unis sur un an et a atteint **3 % cet été dans la zone euro**. Avec **la récente flambée des prix du gaz naturel** et de l'électricité en Europe, le danger que le pouvoir d'achat soit rogné par l'inflation est de plus en plus crédible.

Les économistes de Barclays ont calculé que **cet emballement des prix du gaz** pourrait relever la hausse des prix de 0,5 point pendant quelques mois dans la zone euro. Ils prévoient un pic d'inflation à 4,3 % dans la zone euro en novembre prochain. Du jamais vu !

Une poussée temporaire

« Il y a de fortes probabilités pour que cette poussée d'inflation soit temporaire mais elle pourrait durer plus longtemps que prévu », estime Laurence Boone, la cheffe économiste de l'OCDE. « Le risque, c'est que, si les prix continuent d'augmenter, alors les consommateurs ajusteront leurs anticipations, ce qui les poussera à demander des hausses de salaires plus importantes. Ce mécanisme pourrait potentiellement créer une boucle entre les prix et les salaires qui s'auto-entretiendrait, déstabilisant ainsi l'économie. Mais pour l'instant, ce n'est pas ce que l'on constate, sauf dans quelques secteurs en tension aux Etats-Unis. Mais même dans le cas américain, il n'y a pas d'enclenchement d'une boucle prix-salaire », précise l'économiste.

Hausse des salaires modérée

Jusqu'ici donc, tout va bien. L'OCDE considère que « la progression des salaires demeure modérée et les anticipations d'inflation restent bien ancrées ». Seules les anticipations des ménages américains ont grimpé ces derniers mois.

Les prix à la consommation devraient augmenter jusqu'à la fin de l'année puis s'assagir par la suite, courant 2022. Ainsi, l'OCDE prévoit une inflation de 3,6 % cette année aux Etats-Unis puis de 3,1 % l'an prochain. Actuellement, l'augmentation des prix des matières premières et des coûts du transport maritime au niveau mondial ajoute environ 1,5 point à l'inflation dans les pays du G20, et « elle explique l'essentiel de la remontée de l'inflation sur l'année écoulée », selon l'OCDE.

Des signes d'une accélération à venir

Mais il y a quelques signes qui incitent un peu moins à l'optimisme. D'abord, près d'un tiers des produits et des services qui entrent dans la composition de l'indice des prix à la consommation ont vu leur prix augmenter de plus de 4 % en un an aux Etats-Unis, et de près d'un quart au Royaume-Uni.

Ensuite, « on observe déjà des hausses généralisées des prix des exportations en provenance de nombreuses économies asiatiques clés », affirme l'OCDE. Le prix des exportations sud-coréennes est ainsi en hausse de 20 % sur un an. En Chine, les prix à la production ont augmenté de 10 % en un an.

Dans les enquêtes de la Commission européenne, les industriels du Vieux Continent n'ont d'ailleurs jamais été aussi nombreux à prévoir une hausse de leurs prix de vente dans les prochains mois. Les pénuries de composants ont donc des effets sensibles sur l'inflation.

Et cela pourrait durer. Le niveau historiquement bas des stocks dans l'industrie européenne notamment, tirera la demande l'an prochain mais l'incapacité à satisfaire les nouvelles commandes va probablement entraîner une hausse des prix, le temps que les difficultés d'approvisionnement se réduisent petit à petit. Le sujet risque fort de faire l'actualité encore pendant quelques trimestres, sinon plus.

LesEchos **Ne relocalisons pas la production, mais la valeur ajoutée**

La pandémie à faire dire aux décideurs publics qu'il fallait relocaliser les usines en France. Dans une tribune, deux rapporteurs de la CCI Paris Ile-de-France préconisent plutôt de faire revenir les activités fortement génératrice de valeur ajoutée.



Par **Ph. Goetzmann et J.-M. Tasse** (Membres élus de la CCI Paris Ile-de-France / Rapporteurs au nom du Groupe de travail "Chaîne de valeur") / Publié le 6 oct. 2021

<https://www.lesechos.fr/idees-debats/cercle/opinion-ne-relocalisons-pas-la-production-mais-la-valeur-ajoutee-1352463>

Relocaliser la production. C'est la promesse faite, depuis la pandémie, par les décideurs publics pour que l'économie française gagne en souveraineté, compétitivité et soutenabilité. L'évolution des modalités de création de richesses, sous l'effet de la mondialisation des systèmes productifs et du numérique, invite à penser qu'il serait plus judicieux de relocaliser les activités génératrices de forte valeur ajoutée.

Les richesses sont aujourd'hui largement créées en amont et en aval du manufacturing si bien que la valeur en ressort plus immatérielle et servicielle. Il est alors davantage pertinent de vendre des solutions liées aux usages et problèmes des clients que de vendre des produits. Il faut penser mobilité plutôt qu'automobile, stockage plutôt que batteries, fonctionnalité pérenne des machines plutôt que vente de machines...

Une nouvelle grammaire de la valeur

Cette nouvelle grammaire de la valeur est, cependant, encore largement méconnue des décideurs politiques et économiques, notamment des entreprises de petite et moyenne taille. Bien souvent, celles-ci s'attachent à la chaîne de coûts (process, contraintes, etc.) quand elles pourraient identifier les segments ou éléments créateurs de valeur en changeant de regard.

Quelles sont ces activités à forte valeur ajoutée ? La pensée classique y range celles émanant des sièges sociaux, des centres de R&D ainsi que les prestations intellectuelles. Une acception plus complète consisterait à y intégrer les activités qui apportent plus de valeur ajoutée pour toutes les parties prenantes, mais aussi de la différenciation par rapport à une concurrence étrangère faite de biens commoditisés s'agissant de la Chine ou de biens numérisés s'agissant des États-Unis.

Dans l'industrie mécanique par exemple, on peut intégrer des solutions électroniques, des couches logicielles qui permettent aux produits de s'adapter à l'usage que l'on va en faire, créant ainsi plus de valeur que par le simple emploi de systèmes mécaniques.

Dans la construction-BTP, la valeur créée par une entreprise sera plus forte si elle choisit des matériaux et conçoit des infrastructures qui produisent de l'énergie et augmentent les services au client ou bien si elle met en place des solutions pour configurer plus rapidement des maisons (selon divers matériaux) adaptés aux besoins et aux attentes.

Dans le commerce-distribution, une société qui entre dans des logiques servicielles en louant des vélos, par exemple, créera plusieurs fois de la valeur avec le même produit initial alors que travailler des tubes sur des lignes de production en France ne sera pas forcément générateur de valeur.

Ces exemples n'invalident pas la pertinence de relocaliser certains éléments de la production. Ils tendent à montrer, à l'exception de certaines catégories de produits mieux identifiés aujourd'hui, que ce ne sera jamais qu'une étape avant d'aller loin dans l'ajout de valeur.

Une marche pour les TPE-PME

Tout ceci bien compris ne rend pas l'exercice plus aisé. Pour les TPE-PME, aller vers ces activités à plus forte valeur ajoutée s'apparente à une longue marche à raison de défis qu'un groupe de chefs d'entreprise de la CCI Paris Ile-de-France a examinés dans un [récent rapport](#) : culture du changement, travail en écosystème (s'ouvrir aux autres), construction de modèles d'affaires sur d'autres marqueurs que le prix, innovation et transformation productive, accès au capital humain et au transport de proximité, etc.

Une grande partie des difficultés des entreprises en termes de transformation numérique, productive et de modèles d'affaires reste, en effet, largement liée à des facteurs humains et organisationnels. On est là au cœur de la sensibilisation des dirigeants aux mutations de la création de la valeur.



Ce n'est pas une raison pour abandonner la promesse d'autant que la pandémie a fait mûrir certaines entreprises et a eu valeur de preuve de concept sur un ensemble de problématiques (polyvalence de sites, coopérations inter-entreprises, utilisation de plateformes pour travailler les données à plusieurs, etc.).



Les leviers de la création de valeur localisée

Inciter à l'acquisition de logiciels par des outils publics appropriés pour les TPE-PME, thématiser les lieux d'innovation des entreprises («experience centers») et des école/universités (laboratoires) pour améliorer leur visibilité ou encore travailler sur les indicateurs de performance qui rendent attractive la création de valeur localisée, ce sont là quelques-uns des axes qui peuvent accélérer le mouvement.

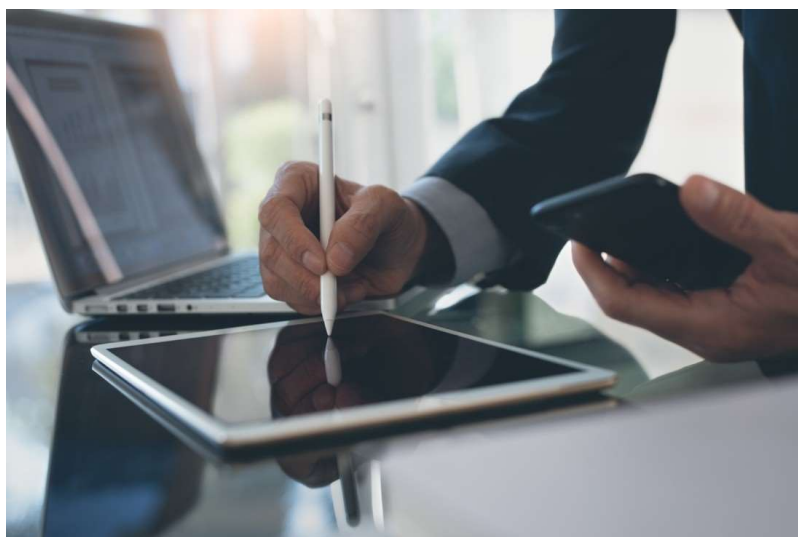
Il faut aussi comprendre la localisation d'activités à forte valeur ajoutée comme un effet de systèmes, d'où l'importance d'ouvrir le droit de la coopération commerciale pour penser la création de valeur à plusieurs, d'inciter les acteurs concernés à collaborer pour référencer les savoir-faire des entreprises). C'est à ce prix que la promesse sera d'autant mieux tenue !

Enfin, ce sont les politiques économiques qui doivent aussi être pilotées avec une pleine conscience des gisements de valeur pour éviter que les différents acteurs ne passent à côté de l'essentiel.

Philippe Goetzman et Jean-Michel Tasse sont membres élus de la CCI Paris Ile-de-France, rapporteurs au nom du groupe de travail chaîne de valeur.



Les nouvelles méthodes de prospection



Publié par Nicolas Dugay, DG de Booster Academy

<https://www.actionco.fr/Thematique/conquete-client-1212/Dossiers/les-nouvelles-methodes-prospection-347369/mettre-disposition-client-hyper-connecte-347370.htm>



En 2020, c'est clair, on ne prospecte plus dans le dur comme nous le faisons il y a 20 ans. Votre acheteur est connecté, il est digital, et c'est là où vous devez être.

Dans le secteur du B2B, 92 % des acheteurs commencent par une recherche sur Google et 75 % utilisent les réseaux sociaux. Dans tous les cas, le chiffre qui résume ces comportements d'achats est que 60 % du processus d'achat est réalisé avant de rencontrer un vendeur ou un partenaire professionnel.

Autrement dit, si vous n'êtes pas présent en ligne pendant la phase de **préparation d'achat de votre prospect**, il y a de fortes chances qu'il ne vous consulte jamais.

Si les pratiques commerciales ont changé, c'est tout simplement parce qu'elles se sont adaptées au comportement des acheteurs et consommateurs.

1. Le client : acheteur hyper connecté

Toujours le vent en poupe, la satisfaction client est une constante en termes d'efficacité commerciale. Un client fidèle peut se transformer en bon ambassadeur de votre marque. En effet, il aura aussi plus de facilité à renouveler un achat avec vous, ce qui accroît encore votre performance commerciale (un client satisfait est plus fidèle et demande moins d'effort que d'aller chercher de nouveaux prospects).

En 2020, l'acheteur **hyper connecté** est cependant un client plus **difficile à satisfaire** pour 2 raisons :

- Il est en attente d'une **réponse rapide**. Les comportements d'achats sur le net nous ont tous rendu **plus exigeants en termes de réactivité**. Les services de relation client nous répondent jusqu'à 22 heures, par chat, par téléphone, sur Twitter ou sur Facebook et nous livrent même le dimanche.
- Il choisit lui-même le canal par lequel il entre en contact avec vous : par **téléphone**, **Internet** ou via vos **bureaux physiques**, au moment où il le souhaite.

2. Se mettre à la disposition d'un client hyper connecté

Il est révolu le temps où un fournisseur pouvait rencontrer son client régulièrement pour lui présenter les nouvelles offres, déjeuner avec lui et renforcer les liens.

Aujourd'hui, les **équipes de vente sont restreintes**, elles ont des territoires toujours plus grands. Les clients ne sont pas disponibles, ils sont **débordés** et surtout ils ont pris l'habitude, dans leur vie privée comme dans leur vie professionnelle, d'acheter et de se renseigner quand ils veulent, où ils veulent.

Vous téléphonez à votre client le mardi, vous le dérangez. Mais le jeudi, il sort d'une réunion où il a été décidé de lancer un projet et une consultation. Il veut un contact, une réponse et il les veut tout de suite.

Les fournisseurs doivent rester **à la disposition de leurs clients** pour mieux les satisfaire.

Dans ce contexte, le vendeur ne doit plus chercher le contact commercial à tout prix mais garder le lien avec son client et montrer qu'il est là, qu'il est prêt, qu'il est disponible. Votre client doit vous voir, comprendre que vous êtes dans la relation avec lui, sans l'importuner, et qu'il peut vous consulter.

Pour cela, les réseaux sociaux sont un outil précieux.



5 conseils pour relancer un prospect

Publié par Bruno Delezenne, coach commercial BtoB le 17 sept. 2021

<https://www.actionco.fr/Thematique/pilotage-commercial-1215/Breves/conseils-relancer-prospect-364282.htm>

La relance est de longue date une action clé des vendeurs. C'est d'autant plus vrai en période de reprise, comme après la Covid : des contacts ont été laissés à l'abandon, des projets ont été stoppés, le télétravail a changé la façon de travailler ensemble. Pourtant, il faut bien reparler avec nos clients ! Voici 5 conseils pour vous faciliter les relances.

Conseil n°1 : Avant de " relancer " votre prospect, pensez à le "lancer" !

Si vous ne savez pas comment relancer, c'est probablement que vous ne l'avez pas prévu. Si vous craignez de harceler votre prospect, c'est sans doute qu'il n'attend pas votre appel.

Alors, pour éviter cette difficulté et rendre au contraire ce contact naturel, **faites en sorte que votre prospect l'attende**. Comment ? En fixant toujours un next step lors de vos contacts commerciaux.

Vous lui envoyez un document ? Prenez en même temps rendez-vous pour répondre à ses questions. Il veut en parler avec ses équipes ? Définissez quand et sous quelle forme vous intégrerez ensemble leurs remarques.

Votre next step sera précis : **il ne s'agit pas de "faire un point" comme je l'entends souvent, mais bien de travailler ensemble pour faire avancer le projet**. Et cela suppose que votre contact agisse, qu'il s'engage, qu'il "se lance".

Bien sûr, des événements tels qu'une crise sanitaire ont pu rendre votre next step caduc. Le conseil n°2 devient alors encore plus incontournable.

Conseil n°2 : Centrez votre relance sur les projets de votre client, pas sur votre affaire

Relancer, selon le dictionnaire, ce peut être poursuivre avec obstination, jusqu'à importuner. Mais c'est aussi donner un nouvel élan, comme on relance un feu ou un moteur. Dans ce cas, on ne relance plus un prospect, mais son projet, sa vision voire son rêve. Comme un manager qui mobilise ses équipes autour d'un objectif, le commercial est alors un leader qui fait bouger les choses.

Comment ? **Dès le tout début d'un contact commercial, mettez-vous en 'mode projet'**. Identifiez avec votre client les compelling events, les *triggers*, les 'fenêtres de tir', les étapes, les goulots d'étranglement.

Par exemple, votre offre serait particulièrement utile au moment des soldes d'hiver ? Construisez avec votre client le rétro-planning qui permettra de réussir cet objectif. Il vous sera ensuite facile de relancer chaque jalon, pour la réussite du projet de votre client.

Conseil n°3 : Soignez la qualité de vos échanges

Vous craignez que votre prospect soit importuné par vos relances ? Et s'il trouvait au contraire plaisir à vous parler ! Il décrochera alors plus facilement son téléphone en voyant votre numéro s'afficher.

Comment lui donner envie d'échanger avec vous ? **En vous intéressant sincèrement à lui**, en échangeant sur ses enjeux, en lui posant des questions pertinentes qui font avancer sa réflexion ou en lui soumettant des idées qui lui ouvrent des horizons.

Chaque échange avec votre client sera alors pour lui une meaningful conversation, qui lui apporte de la valeur et développe sa confiance. Il ne craindra plus vos appels ("*comment vais-je parvenir à me débarrasser de lui ?*"). Au contraire, il sera intéressé à échanger avec vous, que ce soit pour vous donner de bonnes nouvelles ou pour partager ce qui freine son projet.

Conseil n°4 : Variez les canaux

Nos aînés n'avaient pas grand-chose d'autre que leur téléphone, avec ce seul outil ils devaient rester à la fois présents et légers.

Aujourd'hui, nos moyens sont considérables : les téléphones toujours, fixe et mobile, le SMS, le mail individualisé ou collectif, les réseaux sociaux... Mais, en même temps, nos clients sont sur-sollicités et *surbookés*. Et il faudrait en moyenne plus de 8 appels pour atteindre un décideur.

Alors **variez les canaux** : connectez-vous sur LinkedIn dès le début d'une relation, abonnez-vous à votre prospect sur Twitter, proposez-lui de s'inscrire à votre newsletter, nourrissez-le d'informations (livre blanc, *case study*, etc.) qui montrent que vous le connaissez, déléguez votre relance à votre sponsor chez le client, en dernier recours envoyez-lui un mail personnalisé de relance... et continuez à téléphoner bien sûr.

Conseil n°5 : Persévérez

Je me souviens d'un grand moment de stress. J'étais alors jeune commercial. Affaire importante, presque gagnée semblait-il. Le directeur général s'était dit convaincu... et pourtant pas moyen d'obtenir sa commande, ni même de lui parler. Après plusieurs jours et quantité de messages, enfin il décroche son téléphone. "*Ah oui Bruno, j'ai vu que vous m'aviez laissé 1 (sic) message. Bien sûr, c'est OK*". Sa décision était tellement prise qu'il était déjà passé à autre chose !

Persévérez ! Si votre prospect ne vous répond pas, c'est peut-être tout simplement parce qu'il manque de temps : il vous faut alors trouver le bon moment et devenir une priorité pour lui.

Ou alors, peut-être ne voit-il pas assez de valeur dans votre proposition, ou perçoit-il trop d'objections : **il faut alors comprendre ce qui se passe, ce qui a changé peut-être, ce que vous avez mal compris**. Vous écouterez sans doute mieux pour proposer mieux. Et n'oubliez pas pourquoi vous relancez votre prospect : dans son intérêt ! Vous avez de la valeur à lui apporter.

Et si vous passiez à la négo-action ?

Publié par Florian Langlois le 25 août 2021 - mis à jour à 16:31

<https://www.actionco.fr/Thematique/conquete-client-1212/Breves/-vous-passiez-nego-action-360900>

Quels sont les secrets d'une bonne négociation ? Ancien négociateur du GIGN, Bernard Meunier livre dans son dernier ouvrage, La négociation est une arme, des techniques de négociation adaptées à la vie en entreprise.

Interview.

> Vous parlez dans votre livre de négo-action, qu'est-ce que c'est ?

C'est un concept, un mot que j'ai inventé en quelque sorte. La négociation, jusqu'à la fin du 20^{ème} siècle, était le fait d'aller marchander des matières quelles qu'elles soient, des petites babioles sur un marché ou une plage.

La négo-action est le fait de **tenir l'ensemble des manettes qui vont nous permettre de mener à bien la négociation**. La négo-action est utile dans le sens où la personne qui négocie a toutes les cartes en main. Elle connaît parfaitement la situation dans laquelle elle est. Ça sera quelqu'un qui tient l'intégralité des manettes de l'entreprise. **Le négo-acteur a vraiment une connaissance parfaite de tous les outils qu'il a à sa disposition**. On va lui faire une confiance ultime, et il va pouvoir mener la négociation de A à Z avec une marge de manoeuvre quasiment totale, en toute connaissance des enjeux, et il pourra jouer de tout cela.

> Pour vous, quel est le facteur le plus important dans une bonne négociation ?

La communication. On ne négocie pas forcément par la parole en face à face, on peut négocier par sms ou par mail, mais ce qu'il faut c'est communiquer. Car s'il n'y a pas de communication, il n'y a pas de négociation.

Ce qui est fondamental, c'est d'éviter de rompre le lien avec son interlocuteur. C'est le plus important, quitte à figer la situation si on voit qu'on n'arrive plus à avancer de pion.

Même si les avis divergent, il faut absolument éviter de rompre le lien avec son interlocuteur.

Lire aussi : Comment gagner en performance et sérénité lors d'une négociation

> C'est donc ça la négociation, avancer ses pions petit à petit pour essayer de convaincre l'autre ?

Pas forcément essayer de le convaincre. **On essaiera de le convaincre si on n'a pas le choix**. Avant une négociation, il faut bien **définir les enjeux et nos marges de manoeuvre** de manière à savoir ce que l'on souhaite. Cela va être important pour savoir ce que l'on perd, si l'on perd le client ou l'investisseur que l'on a en face de nous, lorsque l'on parle de négociation commerciale par exemple. Est-ce un chiffre d'affaires de 1% pour la société ?

Auquel cas ce n'est pas important. Au contraire, ce client ou cet investisseur fait-il vivre la société ? Dans ce cas les enjeux sont plus importants, parce que si on le perd il peut mettre en péril notre société. Est-ce quelqu'un qui a une petite ou une grande capacité de nuisance ? Peut-il devenir un potentiel concurrent ? Il faut vraiment **prendre en compte le contexte dans sa globalité** et faire en quelque sorte **un audit de la situation** avec les informations que l'on possède pour savoir quelle est l'importance ou pas de réussir la négociation.

> Une bonne négociation est-elle une négociation rapide, surtout en cette période de crise économique ?

Tout va dépendre du résultat. Si l'on a obtenu le résultat que l'on souhaitait rapidement, pourquoi pas. Mais en revanche, comment a-t-on fait pour y arriver ? N'a-t-on pas trop manipulé ? L'autre ne va-t-il pas s'en apercevoir après coup ? Veut-on garder le client et faire preuve d'une certaine honnêteté avec lui, quitte à négocier un peu moins et être un peu moins gourmand et le garder sur la durée ? Ou est-ce qu'on essaie de " l'embobiner " sans le garder par la suite ? **Tout revient à une question d'enjeux en permanence.**

> Pensez-vous qu'un manager négociera de la même manière avec toute personne qui l'entoure ?

Cela va dépendre du caractère de chacun. Des personnes qui ont une certaine **intelligence émotionnelle**, ou une parfaite **maîtrise de leurs émotions** passent mieux avec tout le monde. Il y a des gens que l'on considère plus agréables, plus sympathiques, non conflictuel. Pour un poste de manager, si l'on veut quelqu'un de plutôt offensif voir même arrogant, on aura quelqu'un qui en contrepartie sera un peu plus dur avec les membres de son équipe.

On ne naît pas bon négociateur, on le devient. Il faut apprendre à comprendre comment les gens réagissent, comment on communique avec eux, comment ils peuvent réagir dans tel type de situation, parce qu'ils ont des mécanismes de défense, des mécanismes de réaction et il faut apprendre à les connaître pour savoir comment cette personne en particulier va réagir.

> N'y a-t-il pas malgré tout une partie d'inné si on est bon communicant ?

Absolument, certains ont plus ou moins d'appétences pour la négociation. D'autres, trop psychorigides, pourront lire tous les manuels ou faire toutes les formations qu'ils veulent, ils seront toujours de mauvais négociateurs parce qu'on n'a pas envie de discuter avec eux tout simplement.

Un point typique de la communication, c'est **la présentation**. Cela s'appelle **l'effet de halo**. La première impression est très importante. Comme on dit **" on n'a jamais une seconde chance de faire une bonne première impression "**. En négociation c'est important.

Tout le monde ne peut pas négocier, il y a des gens avec qui on n'a pas envie de parler, et il y a des gens qui ont la fibre diplomatique, un peu relationnelle et qui, avec de la théorie derrière, peuvent devenir de bons négociateurs.

> Lors d'une négociation faut-il chercher à convaincre à tout prix ?

Non, ça se voit si j'essaie de vous ranger à mes arguments en permanence, et je vais finir par vous agacer. Il va falloir laisser l'autre donner ses opinions, **faire preuve d'un peu d'empathie et d'écoute active**. Si on passe trop pour un manipulateur ça va se voir. Des gens plus intuitifs que d'autres vont s'en apercevoir rapidement. Et à partir du moment où l'autre vous perçoit mal, c'est dur de remonter la pente.

> Et enfin pouvez-vous nous expliquer votre titre, "*La négociation est une arme*", qui paraît un peu agressif ?

Il faut le voir sous deux angles. Au premier degré, cela fait écho à mon ancien métier, dans lequel c'est une véritable arme parce qu'avec la négociation je réussissais à avoir notamment la libération d'otages, ou à minima de figer la situation pour ne pas qu'il y ait d'exécutions supplémentaires.

Au sens figuré, quand on dit que c'est une arme redoutable, pas besoin de sortir son arme, en négociant c'est suffisant. L'arme est symbolique, mais la négociation est un outil qui peut avoir la puissance d'une arme. Bien utilisé cet outil, cette arme, vous permet d'obtenir un "oui" lors d'une négociation stratégique.

Bio express

Bernard Meunier est un ancien gendarme, et négociateur de terrain. Il a passé 15 ans au GIGN dont 10 en tant que négociateur. Il a participé à plusieurs grosses crises parmi lesquelles l'affaire Ouvéa (1988), l'une des plus grandes prises d'otage de membres des forces de l'ordre où il s'est lui-même rendu comme otage volontaire, ou encore lors des détournements d'avions de Marignane (1994) ou de Roissy-CDG (1998).

Aujourd'hui conférencier et auteur, il vient de publier son troisième livre consacré à la négociation, *La négociation est une arme*, qui décrit la négociation stratégique et de négo-action appliquées à la vie professionnelle.



Peut-on dire non à un client ?

Publié par Carole Poillerat, ComSense

<https://www.actionco.fr/Thematique/pilotage-commercial-1215/Breves/Peut-dire-non-client-363607>

Le "non" est toujours une posture difficile à adopter par les commerciaux. Pourtant, elle est nécessaire pour gagner en crédibilité et éviter de créer de la déception chez les prospects et clients.

Dire "non" est une décision difficile pour les commerciaux car souvent perçu comme quelque chose d'irréversible. Mais dire "oui" dans un premier temps vous donne la liberté du "non" par la suite. Quoi qu'il en soit, il faut y réfléchir posément, analyser les risques, les bénéfices et donner des explications.

L'analyse des risques avant de dire non

Lorsque l'on vous fait une demande que votre entreprise ne peut servir, **ne répondez pas tout de suite**, prenez la demande, et ensuite posez-vous la question de savoir quel est votre risque à dire "non".



Cette demande est-elle **un test** de la part de votre interlocuteur qui sait pertinemment que vous n'avez pas la solution qu'il demande ? Soit il utilise cette requête pour s'en servir afin de décliner une collaboration avec votre entreprise, dans ce cas-là, la relation est tronquée et vous n'avez aucun intérêt à garder ce client ou à singer avec ce prospect ; soit il veut tester votre honnêteté et, là, vous avez le plus grand intérêt à faire preuve de transparence.

Pour cela, il vous faut bien connaître votre marché et savoir ce qui est fait par vos **concurrents**, les **futurs développements** dans votre industrie, les **partenaires potentiels** avec qui vous associer, et les innovations à venir au sein même de votre entreprise.

Il arrive que pendant les appels d'offres, certains acheteurs mettent des questions "pièges" pour tester les commerciaux, alors ne tombez pas dedans. Les acheteurs sont particulièrement rebutés par les commerciaux qui disent "oui" à tout, ce qui induit souvent un manque d'écoute, d'intérêt et une approche court-termiste.

A l'inverse, si vous êtes dans une situation où vous sentez que dire "non" va être rédhibitoire pour votre relation et vous savez que le temps que le contrat se signe et que l'implémentation se fasse, votre entreprise aura la solution, alors **vous pouvez tenter de dire "oui"** ; c'est un risque à prendre mais il est mesuré.

L'analyse de votre risque passera aussi par une bonne qualification de votre client/prospect, notamment pour savoir si vos interlocuteurs ont une bonne connaissance du marché sur lequel vous êtes. **Ne bluffez pas** avec les experts, vous **risquez de tout perdre**.

Les différentes significations du "non" et leurs explications

Lorsqu'un client/prospect vous adresse un besoin que votre entreprise ne peut satisfaire, cela est souvent frustrant car vous êtes dans une situation assez désagréable et cela fait aussi partie de votre rôle.

La première chose à faire est de **dépersonnaliser votre réponse** ; soyez **factuel**, vous **représentez votre entreprise**, vous n'êtes pas "elle". Ce n'est souvent pas vous qui prenez les décisions sur les produits et/ou les services que votre entreprise propose, ce n'est donc pas vous personnellement qui dites "non". Vous n'êtes que le porte-parole de la décision.

Toute **réponse négative doit être doublement argumentée** pour ne pas vous desservir. Il est très important pour vous de collecter auprès des décideurs les raisons de refus d'une demande et d'apporter des explications rationnelles à vos clients.

Dire "non" à un client, c'est aussi **faire preuve de courage** et de transparence et également lui signifier que vous ne lui dites pas ce qu'il veut entendre et que vous avez une parfaite connaissance des critères de succès d'une bonne relation commerciale.

Le "non" peut vouloir dire que vous n'êtes pas en mesure de satisfaire son besoin dans l'immédiat mais **vous travaillez sur une solution future qui le pourra** ; ça peut aussi vouloir dire que vous allez chercher un partenaire avec lequel vous serez en mesure de le satisfaire.

Le "non" immédiat **peut aussi se transformer en "oui"** à moyen terme si la demande du client s'avère une tendance marché sur laquelle votre entreprise va se positionner. C'est aussi l'opportunité d'expliquer au client/prospect que son besoin peut être répondu par une autre solution que vous avez et le réorienter sur sa façon d'approcher son problème.

Le "non" peut vouloir dire que votre entreprise souhaite se concentrer sur son corps de métier et le faire à un niveau d'excellence et qu'il peut trouver un autre prestataire avec qui vous êtes prêt à collaborer pour servir ses besoins que nous ne pourrions pas satisfaire.

Le "non" peut vouloir dire que vous ne souhaitez pas risquer les relations commerciales avec vos clients, ni la réputation de votre entreprise en proposant des services sur lesquels vous n'avez pas la compétence ; ce qui est une **preuve de la fiabilité de votre entreprise**.

Le "non" peut aussi être lié à un risque que votre entreprise ne souhaite pas prendre pour diverses raisons que vous donnerez, ce qui montre une gouvernance rigoureuse.

Les bénéfices de dire "non"

Un des premiers bénéfices à dire "non", c'est d'éviter la survente qui met souvent à risque votre relation sur le long terme. Il n'y a pas pire pour un acheteur de sentir qu'il s'est fait berné au moment de mettre en oeuvre ou de recevoir ce qu'il a acheté. Sa crédibilité interne va être mise à mal et c'est vous qui le paierez assez vite.

Rappelez-vous que le nouveau cycle d'achat commence juste après la livraison d'un produit ou l'implémentation d'une solution. Si la survente est trop importante, votre relation en sera d'autant plus difficile et non pérenne. Une bonne réputation est longue à construire et très rapide à endommager.

Dire "non", c'est aussi se montrer assertif, confiant et expert dans ce que vous proposez, ce qui **implique souvent le respect que l'on vous porte**. Rappelez-vous, certaines demandes ne sont qu'un test pour savoir comment vous allez vous comporter.

Dire "non", c'est aussi l'opportunité de pouvoir **réexaminer les besoins de votre client** et d'y répondre différemment de ce qu'il avait en tête et ainsi montrer votre posture de conseil.

Dire "non", c'est l'occasion de **réexpliquer votre proposition de valeur** et clarifier votre périmètre d'intervention associée à une expertise spécifique. Il arrive souvent que vos clients/prospects n'aient pas la connaissance exacte de ce que vous faites et ont parfois des attentes irréalisables. Dans ces cas-là, il est juste normal que vous puissiez recadrer leurs attentes car ils ont besoin d'une meilleure information sur votre périmètre d'intervention.

En conclusion, oui c'est frustrant et très désagréable de dire "non" à un client mais posez-vous la question "que ce serait-il passé si j'avais dit oui" ? A vous de choisir.....

Publié par Carole Poillerat, ComSense le 30 sept. 2021



<https://www.actionco.fr/Thematique/strategie-commerciale-1218/Breves/Developper-compte-client-quels-sont-clefs-succes-364738>

La signature d'un contrat commercial avec un grand compte marque le début de l'implémentation et de la pénétration dudit client. Un travail de longue haleine avec des étapes majeures à cadencer pour ne pas vous essouffler.

Tisser sa toile d'araignée est clé pour accroître votre volume d'affaires. **Identifiez et choyez** vos interlocuteurs influents.

Pourquoi faut-il optimiser la pénétration d'un compte ?

Deux raisons majeures pour lesquelles vous devrez travailler au **développement de vos comptes clients** : **fidéliser votre client** en vous rendant "indispensable" et en vous positionnant comme une équipe étendue ; **augmenter le volume d'affaires** en identifiant de nouveaux besoins auxquels vous pouvez répondre.

Créez des relations avec l'ensemble des interlocuteurs concernés

La vente complexe BtoB se caractérise par la multiplicité des interlocuteurs impliqués dans la décision du choix du fournisseur. Il y a ceux qui vont utiliser les services ou les produits, souvent les directions opérationnelles, ceux qui veillent à la conformité et à la compliance du contrat, ceux qui paient et ceux qui contrôlent les coûts, généralement appelés les fonctions supports. **Ça en fait du monde à convaincre avant la signature d'un contrat !**

La plupart du temps, vous n'avez pas forcément rencontré tout le monde. Cependant, après la signature du contrat, il va falloir déployer votre énergie à compléter votre matrice d'interlocuteurs afin de bien identifier toutes les personnes concernées dans votre **relation commerciale**.

Et ce, afin de ne rien laisser au hasard. C'est généralement plus facile en post-vente car vous êtes identifiés comme un fournisseur sélectionné et on vous ouvrira plus facilement la porte.

Pourquoi est-ce clé ? Prenons un exemple pour illustrer le propos : imaginons que vous n'établissiez des relations qu'avec les usagers de votre solution, sans vous préoccuper des fonctions supports qui administrent la relation. Vos usagers sont satisfaits et vous ne creusez pas plus loin. Donc, vous ne vous rendez pas compte que les factures ne sont pas envoyées et donc pas payées ou que les nouvelles règles du département juridique imposent un changement de contrat majeur que vous n'anticipez pas. **Même avec une satisfaction des usagers, votre relation est à risque car d'autres paramètres incontournables peuvent vous faire perdre votre client.**

Lorsque vous établissez votre matrice d'interlocuteurs, **il est clé de leur attribuer des caractéristiques et de bien identifier leur rôle dans la relation ainsi que leur niveau d'influence dans la décision de pérenniser ou pas la relation.** Sont-ils des détracteurs, neutres ou des ambassadeurs ? Qui parlent avec qui ? Qui reporte à qui ? Y a-t-il des nouveaux arrivants à rencontrer ? Quels sont les jeux de pouvoirs ?

Cette classification de vos interlocuteurs vous permettra de **hiérarchiser vos priorités** d'interaction et de temps à consacrer avec chacun. Ce travail est continu, demande du temps mais est tellement important si vous souhaitez garder vos clients. Dites-vous que **beaucoup de comptes se perdent par manque d'anticipation et de gestion des interlocuteurs.** Plus vous avez d'ambassadeurs influents chez vos clients, plus il sera difficile de vous déloger. Que du bon sens mais qui requiert un travail de fourmi rigoureux.

Sachez identifier le bon timing pour proposer d'autres solutions/produits

La multiplicité de vos interactions avec une grande variété d'interlocuteurs vous amène, la plupart du temps, à identifier d'autres opportunités de collaboration, soit en proposant de nouvelles solutions, soit en déployant les solutions existantes dans d'autres pays ou d'autres divisions.

Mais il faut arriver au bon moment ! Vous êtes de nouveaux dans votre **cycle de vente** et vos interlocuteurs dans leur cycle d'achats. Si les deux cycles ne coïncident pas, vous ne signerez pas.

Vous avez accès à l'information plus facilement car vous êtes en place ; mais encore faut-il que vous continuiez à qualifier ! Ne croyez pas que les informations vont tomber toutes seules juste parce que vous êtes un fournisseur installé. Il vous reste toujours à aller les chercher. La grande différence, c'est que le dialogue sera forcément plus facile alors profitez-en et foncez.

L'ouverture d'une filiale, d'un pays, le rachat d'une entreprise, sont, par exemple, autant d'opportunités de faire croître votre volume d'affaires ! Soyez à l'affût et **sécurisez vos affaires !**

Insérer dans votre plan de compte les différentes **opportunités** et, surtout, les **délais** que vous ne devez pas louper.



Ne croyez pas que parce que vous êtes le fournisseur en place que vos clients vont forcément faire appel à vous. Il arrive souvent qu'ils lancent un appel d'offres pour un nouveau besoin, même si vous pouvez répondre à ce besoin.

Pourquoi ? Soit parce qu'ils ne savent pas forcément que vous avez ce service/produit dans votre portefeuille, soit parce que ça fait longtemps que vous ne leur avez pas parlé et ils ont oublié de vous inclure dans l'appel d'offres. Il se peut aussi que l'appel d'offres soit obligatoire pour des raisons de conformité. Qu'elle que soit la raison, il est de votre responsabilité de vous **positionner au bon moment** sur les nouveaux besoins, appel d'offres ou pas.

Lorsque vous êtes déjà en place dans une entreprise, vos interlocuteurs considèrent que vous êtes le mieux placé pour répondre et ils sont souvent plus exigeants avec vous qu'avec de nouveaux fournisseurs potentiels.

Impliquez vos interlocuteurs dans une démarche de co-construction

Il est plus facile d'impliquer vos interlocuteurs clients dans une démarche de co-construction lorsque vous les servez déjà. La confiance est établie et ils sont souvent plus ouverts à investir du temps pour **co-construire avec vous des solutions personnalisées**. Certains acheteurs sont même évalués sur leur capacité à développer leurs fournisseurs, lorsque que la culture de l'entreprise est orientée sur le partenariat et l'animation de son écosystème. Co-construire induit votre capacité à innover et à proposer des idées auxquelles vos clients n'ont pas forcément pensé.

C'est votre posture de vente-conseil qui vous permet d'aller plus loin dans vos relations commerciales. Pour cela, il faut encore identifier les interlocuteurs qui doivent être impliqués à différents niveaux des projets afin que ceux-ci puissent sortir de terre. La démarche de co-construction induit une **coresponsabilité de la réalisation du projet** et vous permet de créer une seule et même équipe comprenant les interlocuteurs de votre entreprise et ceux chez vos clients.

Faites briller vos clients pour assoir votre succès

Afin de crédibiliser le succès de l'implémentation de votre solution ou les bénéfices de votre produit, il est important que cela soit reconnu par les décideurs chez votre client et perçu comme stratégique. Pour cela, vous avez tout intérêt à aider vos différents interlocuteurs à briller en interne et au sein de leur secteur d'activités : cela peut passer par la présentation du projet lors d'un séminaire, une convention annuelle, une diffusion sur leur intranet jusqu'à la promotion du projet à l'externe, dans la presse, webinaires... ou, encore plus impactant, lors de trophées reconnus par leurs pairs. **Une bonne communication sur le succès vous permet à la fois de fidéliser votre client et, bien évidemment, en attirer d'autres.**

En conclusion, la pénétration d'un compte est un travail rigoureux et passionnant à la fois. Si elle est bien faite, c'est la garantie de la pérennité de votre relation client. Alors, investissez-vous et vous récolterez les lauriers !

Leroy Merlin : la moitié des ventes offline influencées par le digital

Publié par Clément Fages le 13 oct. 2021 -



<https://www.e-marketing.fr/Thematique/retail-1095/Breves/ROPO-Comment-Leroy-Merlin-relie-ses-ventes-magasins-actions-online-365475>

Pour améliorer son approche omnicanale, Leroy Merlin s'est adressé à Converteo afin de visualiser la manière dans ses assets digitaux, du site aux campagnes, pouvaient impacter les visites et les ventes en magasin. Jusqu'à présent, l'enseigne était capable de mettre en évidence un effet ROPO (research online, purchase offline) auprès de ses seuls clients encartés, préalablement identifiés en ligne. Tout l'enjeu était d'étendre cette approche à l'ensemble des clients. *"C'est un exercice de prédiction difficile. Même en demandant aux clients du magasin si leur visite est liée à une visite préalable sur le site Web, le déclaratif ne permet pas toujours d'avoir des résultats exploitables dans le cadre de ce que nous voulions faire : **améliorer le pilotage et les investissements réalisés sur les campagnes et être capables de rebondir sur leur impact drive-to-store**"*, prévient Thibault Lefevre, directeur Advanced Analytics chez Converteo.

Comme détaillé dans le Digital Benchmark 2021, trois méthodes s'offrent alors aux enseignes ayant les mêmes objectifs : mettre en place de l'A/B testing, ce qui peut se révéler complexe à généraliser au niveau national ; développer un modèle d'attribution, lui aussi difficilement scalable et qui nécessite, dans le cadre de l'activité en magasin, de réaliser des études drive-to-store complémentaires ; et enfin de faire du Marketing Mix Modeling, qui n'offre cependant qu'une vision globale et non un ROAS à la campagne.

ROPO : une vente en magasin sur deux liée au digital

L'agence a alors collaboré avec Google pour développer un algorithme probabiliste qui, à partir d'un groupe de sessions en ligne, est capable de déterminer la chance qu'une partie de ces internautes se rende en magasin par la suite. De là, il est possible d'identifier les canaux qui ont mené à ces sessions, et d'attribuer à ces canaux la visite en magasin. *"Leroy Merlin dispose d'un fort taux de clients utilisant une carte de fidélité en passant en caisse, ou se loguant sur le site de l'enseigne. L'enseigne avait déjà une vision déterministe de l'impact des campagnes média sur les ventes en magasin, et attribué un peu plus d'un quart du CA magasin à des actions réalisées en ligne. **Nous avons commencé par travailler sur un échantillon de 20% des clients encartés, afin de collecter de la données comportementales. De là, nous avons développé l'algorithme, avec le parti pris qu'une conversion offline a été influencée par le online en cas de session de navigation sur le site dans les 30 jours précédents l'achat.**"*

Cette approche probabiliste a permis de doubler l'importance du online dans la réalisation du CA en magasin. Concrètement, **c'est donc en réalité un peu plus de 50% du CA réalisé en magasin par Leroy Merlin qui était influencé par une activité en ligne.** *"Leroy Merlin peut désormais mieux prendre en compte l'impact sur le magasin de ses campagnes média, et les adapter en conséquence. Un use case futur serait par exemple de savoir, grâce à une hausse des sessions sur telle ou telle catégorie de produit du site, s'il faut, en magasin, augmenter le nombre de vendeurs dans les rayons correspondant dans les jours qui suivent"*, indique Thibault Lefevre, qui indique par ailleurs que la réussite d'un projet de ce type passe par trois éléments : bien formuler ses objectifs en amont, disposer d'une data propre, et enfin d'utiliser les bons outils

Par **Guillaume de Calignon** / Publié le 30 sept. 2021

<https://www.lesechos.fr/monde/enjeux-internationaux/les-paradoxes-du-marche-du-travail-dans-le-monde-post-covid-1350869>

La reprise actuelle ne ressemble à aucune autre sur le marché du travail. Les difficultés de recrutements pour les entreprises sont fortes, aux Etats-Unis et dans le nord de l'Europe. Les démissions explosent outre-Atlantique et la productivité baisse en France. Autant de paradoxes auxquels les économistes ont du mal à répondre.

Les difficultés de recrutement sont particulièrement fortes aux Etats-Unis et dans les pays du nord de l'Europe. (AFP)

C'est le grand chamboulement. Le Covid a bouleversé l'équilibre du marché du travail en Europe et aux Etats-Unis. Résultat, la rapidité du rebond de l'activité ne ressemble à aucune autre connue. Dans la zone euro, le taux de chômage, tombé à 7,5 % en août, a presque rejoint son niveau de la fin 2019, où il était de 7,4 %. Mais cette reprise atypique laisse encore en suspens de nombreuses questions auxquelles les économistes ont du mal à répondre.

Premier paradoxe, des deux côtés de l'Atlantique, les entreprises disent rencontrer des difficultés de recrutement. Une anomalie en période de reprise puisque, habituellement, il faut le temps que la hausse du chômage se résorbe avant que les premières difficultés de recrutement apparaissent.

Etats-Unis et Europe du Nord en tête

Celles-ci sont toutefois plus aiguës aux Etats-Unis. Avec la réouverture de l'économie, les entreprises américaines, qui se sont séparées de leurs salariés contrairement aux européennes qui ont pu les garder grâce au chômage partiel, ont un besoin très important de main-d'oeuvre, notamment dans les services. En Europe, ce sont d'abord les pays du Nord, comme les Pays-Bas qui rencontrent les plus grandes difficultés.

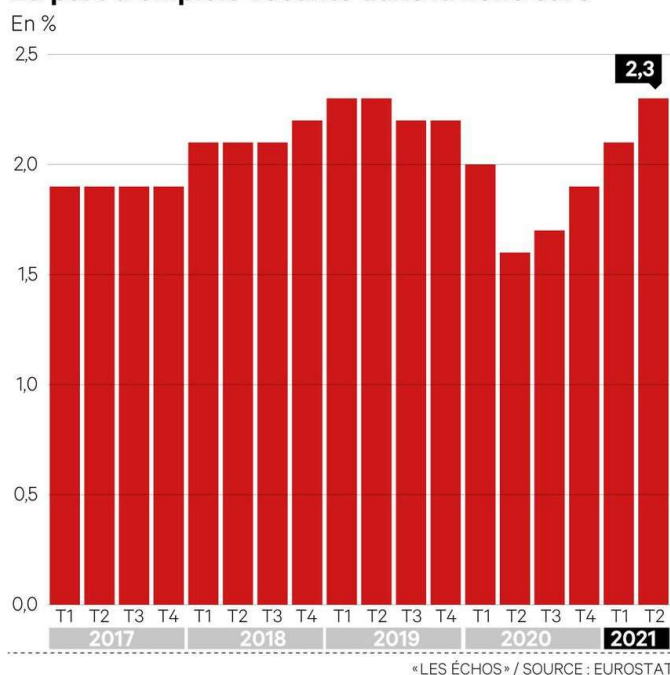
D'ailleurs, aux Etats-Unis, il y avait le mois dernier plus de 10 millions d'annonces d'emplois, soit moins que le nombre total de chômeurs. Pour chaque emploi disponible, il y a aujourd'hui 0,8 chômeur. Et en Europe, le taux d'emplois vacants est revenu à son niveau de la fin 2019, proche de son record historique.

Vers une normalisation outre-Atlantique

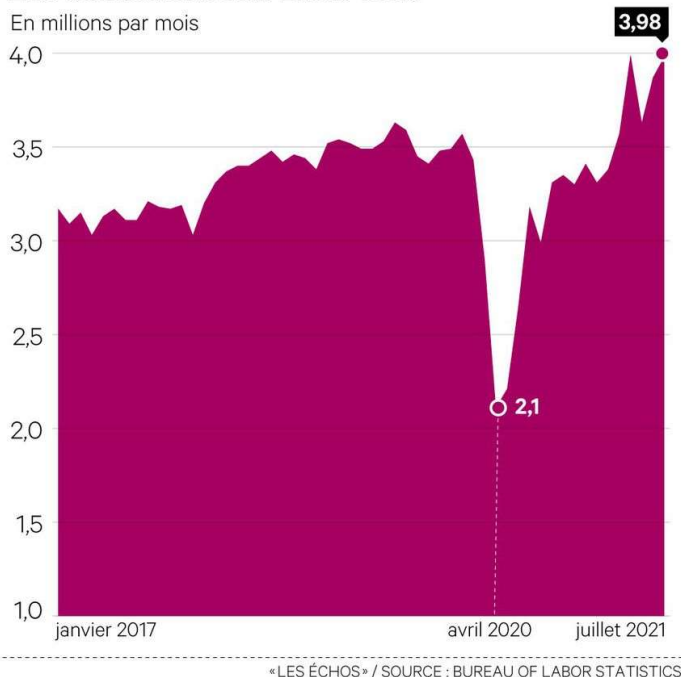
Un peu partout, ce sont les problèmes de réallocation de main-d'oeuvre qui expliquent le maintien d'une forte tension sur le marché du travail. D'où des efforts de formation lancés en France et dans d'autres pays. Ces difficultés sont exacerbées par le fait que certaines personnes sont sorties du marché du travail. Aux Etats-Unis, par exemple, le taux de participation reste 5 points en dessous de son niveau d'avant-crise. « On a assisté à une chute brutale du nombre de retraités qui voulaient travailler aux Etats-Unis. Tous ne reviendront pas sur le marché du travail », prévient Anton Brender, chef économiste de Candriam.

Des immigrants, occupant des petits jobs ont dû repartir et le taux d'emploi des femmes a reculé, en partie parce que certaines écoles sont restées fermées pendant un an et demi. Il est donc possible que la réouverture des écoles fasse revenir certains Américains sur le marché du travail.

La part d'emplois vacants dans la zone euro



Les démissions aux Etats-Unis



La fin des allocations-chômage

La fin des allocations-chômage exceptionnelles en début de mois devrait aussi pousser les gens à rechercher un emploi. Les économistes de Goldman Sachs estiment à 1,3 million le nombre d'Américains qui feront leur retour dans la population active avec la fin des aides. Si c'est le cas, les difficultés de recrutement sont appelées à s'atténuer.

Mais, « historiquement, une des conséquences les plus importantes des épidémies, c'est la baisse de la population active », estime Mathilde Lemoine, cheffe économiste du Groupe Edmond de Rothschild. « Par prudence, les gens se retirent du marché du travail. Par la suite, étant donné la brutalité du choc, certaines personnes se remettent en question, ce qui peut les amener à se contenter de moins, à moins travailler ou alors à se lancer dans des projets personnels. C'est ce que nous avons vu avec le bond des créations d'entreprises pendant le Covid. »

Démissions en cascades

Second paradoxe, depuis mars dernier et la réouverture des activités, 500.000 Américains de plus qu'en 2019 démissionnent chaque mois de leur emploi. Du jamais vu en sortie de crise ! Il est possible que les gens n'aient plus envie de travailler dans le même secteur, comme la restauration par exemple.

L'autre explication, plus plausible est avancée par Gero Jung, le chef économiste de Mirabaud Asset Management. « Les gens quittent leur emploi aux Etats-Unis car ils espèrent trouver mieux ailleurs, que ce soient des salaires plus élevés ou des meilleures conditions de travail », explique l'économiste. D'autant qu'aujourd'hui, les augmentations de salaires sont concentrées sur les salariés qui changent d'emploi.

Enfin, dernier paradoxe, valable uniquement pour la France, le nombre d'emplois était, fin juin, supérieur à son niveau d'avant crise alors que le PIB restait 2 à 3 points inférieur à celui du quatrième trimestre 2019. La productivité par tête a donc baissé alors qu'habituellement, en sortie de crise elle a tendance à augmenter. Il est possible que les créations d'emplois ralentissent l'an prochain.



Travailler moins pour gagner autant : cette proposition est revenue dans le débat public à la faveur de la primaire écologiste. Derrière le slogan de la semaine de quatre jours, un projet de société pas si utopique, mais qui peut se révéler coûteux.

La pandémie, en remettant à plat notre façon de travailler, a ressuscité le débat. (iStock) Par **Kévin Badeau**/ Publié le 4 oct. 2021

<https://www.lesechos.fr/idees-debats/sciences-prospective/la-semaine-de-quatre-jours-est-elle-lavenir-du-travail-1351813>

La question agite les milieux politiques et intellectuels, notamment chez les Verts. Et il y a de fortes chances qu'elle ressorte dans les débats d'ici à l'élection présidentielle de 2022. Faut-il, oui ou non, passer à la semaine de quatre jours de travail, payée cinq ? A savoir, travailler moins pour gagnant autant.

Cette proposition - progressiste pour les uns, utopiste pour les autres - ne date pourtant pas d'hier. Pierre Larrouturou, député européen de gauche, l'a théorisée en 1993. Il y voyait un moyen de partager le travail pour réduire chômage et précarité. L'idée est même défendue à l'époque par Antoine Riboud, le fondateur de Danone. La loi de Robien la rend concrète en 1996. Les entreprises volontaires pouvaient alors réduire le temps de travail à 32 heures par semaine (contre 39 heures), étalées sur quatre jours. Mais les lois Aubry I et II sur les 35 heures (1998 et 2000) font tomber cette mesure en désuétude.

La pandémie, en remettant à plat notre façon de travailler, a ressuscité le débat. Ses partisans citent l'Islande en exemple.

Le pays a testé de 2015 à 2019 la semaine de quatre jours (sans réduction de salaire) sur 1% de sa population active. Les pilotes de l'expérimentation, deux groupes de réflexion, l'un islandais et l'autre britannique, ont rendu leurs conclusions dans un rapport sans nuage publié cet été.

Aussi productifs, moins stressés

La qualité du travail et le niveau de productivité se seraient maintenus dans les 100 lieux d'emploi étudiés, essentiellement des agences gouvernementales, des services municipaux, des crèches et des maisons de repos. Le temps de travail des 2.500 fonctionnaires et employés de l'étude avait pourtant été réduit à 35 ou 36 heures par semaine (contre 40 normalement).

Le rapport précise que la perspective d'une semaine plus courte est « *la carotte* » qui les a motivés.

L'étude affirme également que les travailleurs en ont tiré un grand bénéfice personnel. Ceux-ci déclarent que stress et épuisement professionnel ont diminué. Les volontaires ont par ailleurs constaté une amélioration de l'équilibre entre vie professionnelle et vie privée.

En France, on dénombre une poignée d'adeptes. LDLC, une entreprise d'informatique, s'est converti en janvier dernier. Il a accompagné cette mesure d'une réduction du temps de travail à 32 heures hebdomadaires. IT Partner, une PME de services numériques, s'est lui aussi laissé séduire par la semaine de quatre jours, en janvier également.

Réorganisation du travail

Côté coulisse, ce format demande un peu d'organisation. Microsoft Japon, qui a fait le test en août 2019, offre une fenêtre sur le futur. La filiale avait limité les réunions à 30 minutes et encouragé les échanges virtuels au profit des rencontres physiques.

La société avait également décidé de fermer ses portes tous les vendredis, sans laisser aux 2.300 salariés le choix de leur jour « off ». Les dirigeants ont ainsi préservé une certaine dynamique collective et évité que les informations ne se perdent entre les partisans du lundi chômé ou ceux du mercredi, par exemple. Microsoft Japon dit avoir dopé sa productivité de 40 %.

En 2041, un monde sans travail ?

Voilà pour la chasse aux irritants. La refonte du management intervient ensuite. « *Avec une journée de travail en moins, on va miser sur la confiance et l'autonomie du collaborateur* », explique Clara Rousselin, spécialiste en transformation managériale. Le chef d'équipe change de posture. « *Sans lâcher prise pour autant, le manager devient 'accompagnateur'. Il cherche avant tout à développer son collaborateur et n'intervient que lorsque cela est nécessaire : un blocage ou une baisse de motivation* », précise l'experte.

Dans cette configuration, la communication, les feed-back et le rappel permanent des objectifs sont absolument nécessaires. C'est au manager d'y veiller. « *Il doit s'assurer que tout le monde est au clair sur là où l'on va, et comment on veut y aller* », précise Clara Rousselin.

Plusieurs obstacles

Pas si utopique, la semaine de quatre jours ? Les obstacles économiques sont pourtant nombreux, surtout si la mesure est imposée par un gouvernement et s'accompagne d'une réduction du temps de travail. Le premier bémol est conceptuel. « *Le travail est ainsi vu comme un gâteau à partager, un stock fini qu'il s'agirait de répartir au mieux* », déplorait l'économiste libéral Olivier Babeau dans ces colonnes.

Autre bémol, le format ne correspond pas à toutes les professions. « *Le maintien du niveau de productivité semble possible chez les cadres et les professions intellectuelles, ailleurs ce n'est pas sûr* », observe le sociologue Julien Damon.

Sans une importante réserve de productivité, comme chez Microsoft Japon, la réduction du temps de travail peut coûter cher aux entreprises et plomber leur compétitivité.

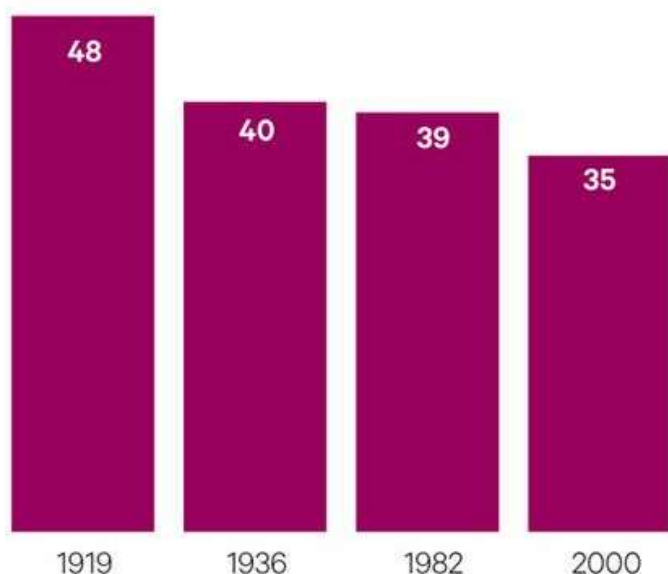
En France, le passage de 39 à 35 heures avait entraîné une hausse mécanique du salaire horaire que les gains de productivité enregistrés à l'époque n'ont pas suffi à encaisser. « *Le gouvernement Jospin avait dû alléger le coût du travail pour compenser partiellement ces surcoûts salariaux et limiter la hausse des coûts de production* », rappelle Emmanuel Jessua, directeur des études de Rexecode.



Le temps de travail légal en France

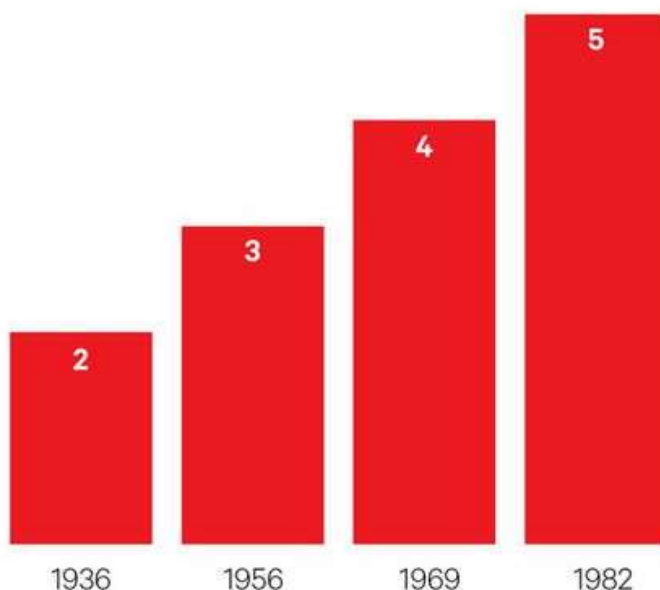
Durée hebdomadaire...

En heures



... congés payés annuels

En semaines



SOURCE : « LES ÉCHOS »

Il est à craindre qu'un passage à quatre jours, sur la base de 32 heures par semaine, produise les mêmes effets et nécessite de nouvelles compensations. L'Insee a calculé que les 35 heures ont entraîné 350.000 créations de postes entre 1997 et 2002. Son coût annuel pour les finances publiques ? Entre 11 et 13 milliards, d'après une estimation de la direction du Budget (2015). « *La semaine de quatre jours serait un choix de société, mais il faudrait en assumer les conséquences économiques* », conclut Emmanuel Jessua.

Et maintenant, la semaine de travail... en continu

Qu'elle semble loin l'époque où employés de bureau, ouvriers d'usine et cadres d'entreprise démarraient leur journée de travail à 9 heures pour la finir à 17 heures, du lundi au vendredi, invariablement. « Cette répartition de la semaine entre travail et repos se désagrège sous nos yeux », déplorait mi-septembre la chroniqueuse Sarah O'Connor dans les colonnes du « Financial Times ».

En 2010-2011, déjà, 20 % des employés américains déclaraient travailler régulièrement le week-end ou en dehors de la classique plage horaire 6 heures-18 heures. En Europe, les chiffres de 2015 indiquent des résultats quasi identiques. L'étalement du temps de travail sur toute la semaine trouve sa principale explication dans le passage des usines et des entrepôts au « 24/7 » pour réduire le coût de l'interruption de la production, sans compter l'ouverture des magasins le dimanche.

Avec la généralisation du télétravail, cette tendance va s'accélérer. « Les anciens rythmes s'effondrent », observe la chroniqueuse du « FT ». La liberté offerte de travailler à tout moment, malgré ses nombreux bénéfices sur le plan personnel, grappille ici et là des bouts de soirée et des moments du week-end, finissant d'achever la traditionnelle semaine

Le marché automobile européen s'écroule et revient 25 ans en arrière

Les constructeurs européens ont vendu, en septembre, quelque 23,1 % de véhicules neufs en moins que durant le même mois l'an dernier. En Italie, pays le plus touché, la baisse dépasse même 32 %. En cause, le manque de semi-conducteurs, qui pourrait encore durer plusieurs mois.

<https://www.lesechos.fr/industrie-services/automobile/le-marche-automobile-europeen-secoule-sous-leffet-de-la-penurie-de-semi-conducteurs-1355291>



Au total, 7,5 millions de véhicules neufs se sont vendus dans l'Union européenne depuis le début de l'année 2021. (iStock)

L'année 2020 avait été catastrophique pour l'automobile en Europe du fait de la crise sanitaire, mais le marché ne fera guère mieux cette année, avec des ventes parties pour faire un bond de vingt-cinq ans en arrière. Selon les statistiques publiées ce vendredi par l'Association des constructeurs européens (ACEA), 718.598 voitures neuves ont été immatriculées sur le Vieux continent en septembre, soit 23,1 % de moins sur un an.

L'Italie, qui enregistre une chute de 32,7 % sur un an, est le pays le plus touché. Les autres gros marchés enregistrent, eux aussi, une baisse à deux chiffres sur un an : 25,7 % en Allemagne, 20,5 % en France et 15,7 % en Espagne de 15,7 %.

En cumulé depuis le début de l'année, il s'est certes vendu plus de 7,5 millions de véhicules, soit 500.000 véhicules de plus que sur les neuf premiers mois de 2020. Mais il ne s'agit pas d'un point de comparaison correct, car l'épidémie de Covid avait entraîné la fermeture des concessions durant des mois l'an dernier. Par rapport à 2019, dernière année « normale », le déficit de ventes s'élève à 2,5 millions de voitures sur neuf mois.

Renault à la peine, Stellantis dans le vert

En septembre, seul le groupe Hyundai-Kia a affiché des ventes en hausse. Au total sur les neuf premiers mois de l'année, les leaders Volkswagen et Stellantis surnagent avec des progressions respectives de 8,1 % et 8,3 % pour le franco-italo-américain, là encore en comparaison d'une année 2020 catastrophique.

Malgré les bons scores de Dacia, le groupe Renault affiche depuis le début de l'année des ventes en baisse (-6,5 %), à l'image de Daimler (-5,6 %), Ford (-11,2 %) ou Nissan (-12,4 %). BMW-Mini affiche une hausse de 10,9 %, Toyota 19,8 % et Volvo 7,4 %.

Pesante pénurie de semi-conducteurs

En septembre 2020, les constructeurs avaient pu rebondir après les confinements, grâce aux mesures de relance impulsées dans les différents pays. Mais septembre 2021 a été marquée par le manque de véhicules causé par la pénurie de semi-conducteurs, souligne dans son communiqué l'ACEA. La demande de composants est très forte dans le secteur de l'automobile pour des véhicules de plus en plus équipés en systèmes électroniques, du moteur à l'ABS en passant par les airbags et l'aide au stationnement.

Or, dans un contexte de reprise de l'activité après la levée des restrictions sanitaires, les constructeurs se trouvent en concurrence avec d'autres industries gourmandes en puces - ordinateurs, smartphones, objets connectés - qui captent une bonne part de ces pièces fabriquées pour leur majeure partie en Asie.

A moins que cette pénurie « ne puisse être résolue rapidement, les perspectives devraient être encore réduites » en octobre, a indiqué cette semaine l'association britannique des constructeurs. Cette situation « devrait durer une bonne partie de 2022 », d'autant que « de nouvelles flambées du variant Delta du Covid touchent des nations productrices importantes en Asie de l'Est ».

Toyota va réduire sa production de 15 % en novembre

Très impacté par la pénurie de semi-conducteurs et par la crise de l'énergie, le constructeur japonais s'apprête à produire 150.000 véhicules neufs de moins que prévu en novembre. En septembre, Toyota avait déjà été contraint de réduire de 40 % sa production face à la pénurie et à la propagation du variant Delta.

Les Echos Les sous-traitants automobiles au bord de l'explosion



<https://www.lesechos.fr/industrie-services/automobile/lecosysteme-automobile-francais-au-bord-de-l'explosion-1355057>

Chez Lisi Automotive comme chez d'autres sous-traitants automobiles de la mécanique, 25 % des commandes ont été annulées en septembre.

(HAMILTON/REA) / Par **Anne Feitz** / Publié le 14 oct. 2021

Pierre Boulet reste calme, mais on le sent parfaitement exaspéré par l'attitude de ses clients, les constructeurs automobiles. Le patron de Novares, une grosse ETI qui fabrique des pièces en plastique pour les voitures, a subi ces dernières semaines plus de 2.000 « événements » fâcheux : ses clients ne sont tout bonnement pas venus chercher leurs commandes.

« Certains préviennent, s'excusent. Mais d'autres annulent avec moins de 48 heures de préavis ! Du coup, les stocks s'accumulent, engendrant des coûts colossaux pour la société, raconte le dirigeant. Nous avons aujourd'hui plusieurs dizaines de millions d'euros de créances à récupérer, qu'il faut maintenant négocier. Soit près d'un mois de chiffre d'affaires. »

Pronostic vital engagé

Novares n'est pas le seul sous-traitant automobile à subir les conséquences de la désorganisation de la filière automobile. La pénurie de semi-conducteurs qui s'aggrave dangereusement contraint les constructeurs à naviguer à vue, et à décider quasiment du jour au lendemain quelles usines tourneront, ou pas. Comme la plupart fonctionnent en juste-à-temps, avec le minimum de stocks, ils répercutent ce « stop and go » sur leurs sous-traitants.

Pour les fournisseurs, la situation est intenable. « Ils sont eux-mêmes contraints d'acheter leurs matières premières, à des prix de plus en plus élevés, et de fabriquer des pièces que les clients ne prennent pas toujours... », témoigne Bruno Azière, secrétaire national à l'industrie de la Fédération de la métallurgie CFE-CGC.

« Beaucoup de petites entreprises sont en train de piocher dans leur trésorerie de façon dangereuse : les plus fragiles vont tout droit vers la cessation de paiement si la situation ne change pas ! » s'inquiète-t-il.



La CFE-CGC a tiré la sonnette d'alarme il y a quelques jours, évoquant même un « pronostic vital engagé » pour la filière.

Tous racontent la même chose. « En septembre, les annulations ont représenté 25 % des carnets de commandes. C'est juste colossal ! » témoigne ainsi François Liotard, directeur général de Lisi Automotive, qui préside aussi le groupement de marché automobile de la fédération mécanique (FIM). « Pour fabriquer nos fixations pour l'automobile, il nous faut 4 semaines, et nos fournisseurs nous demandent même de nous engager à 14 semaines. C'est très très difficile. Je travaille dans l'automobile depuis vingt-cinq ans, c'est une situation absolument sans précédent ! »

Protéger ses sujets

Chez Akwel, qui fabrique des composants utilisés pour le management des fluides et les mécanismes, Mathieu Coutier juge lui aussi la situation « *très compliquée à gérer* ». « *C'est pire qu'au printemps 2020, où tout le monde s'était arrêté en même temps* », dit-il. Comme ses homologues, la société tente de s'organiser tant bien que mal, en fermant ses usines plusieurs jours par semaine et en constituant des stocks.

« Cela nous coûte moins cher que de tourner à 60 % toute la semaine », explique Pierre Boulet, chez Novares, qui a aussi pris des mesures d'économies drastiques. « J'ai dû me séparer de 1.800 personnes (y compris les intérimaires) ces dernières semaines, l'effectif est tombé à 9.200 salariés », indique le dirigeant.

Certaines de ces grosses ETI, fleurons de la filière dans l'Hexagone, ont même décidé de réduire leur production - au risque de ne plus pouvoir servir leurs clients si la demande repart. « Malgré les incertitudes, les clients maintiennent leurs prévisions d'achats, ce n'est pas raisonnable ! Nous avons donc commencé à réduire nos commandes de matières de façon unilatérale », témoigne François Liotard.

Novares a pris la même décision. « Je pratique la désobéissance passive. On dit que le client est roi, mais le rôle du roi, c'est aussi de protéger ses sujets », avance Pierre Boulet. Les relations sont manifestement en train de se tendre sérieusement. « La situation devient explosive », souffle un acteur du secteur.

Mots très durs

Personne ne compte vraiment sur une amélioration dans les mois à venir, car les prévisions sur les semi-conducteurs ne sont guère rassurantes. Les sous-traitants tablent maintenant sur des revenus à peine supérieurs à ceux de 2020, une année pourtant plombée par la crise sanitaire, et sur des résultats en chute libre. « On dort moins bien que l'an dernier », avoue François Liotard. Et ce alors que de nombreux constructeurs devraient afficher des résultats record.

Dans son discours « France 2030 » en début de semaine, Emmanuel Macron a eu des mots très durs sur les grands donneurs d'ordre, qui ont « massacré » les sous-traitants de rang 2 ou 3 dans l'automobile. La ministre de l'Industrie Agnès Pannier-Runacher a renchéri le lendemain, appelant à davantage de solidarité de filière plutôt que de « relations marquées par le court terme ».

« Nous demandons, a minima, un peu plus de transparence de la part de nos clients », insiste François Liotard. La plateforme automobile (PFA), qui représente la filière, devrait organiser une réunion sur le sujet la semaine prochaine.



Le marché automobile français poursuit sa dégringolade en septembre 2021

Selon les chiffres publiés vendredi 1er octobre par la Plateforme automobile, 133 835 immatriculations de voitures particulières neuves ont été enregistrées en France en septembre 2021, soit 20,5% de moins qu'en septembre 2020. Il s'agit du quatrième mois de baisse consécutive pour le marché automobile français.



Valentin Hamon Beugin
01 Octobre 2021

© DS Automobiles

DS est la seule marque française du groupe Stellantis à voir ses ventes progresser en septembre 2021.

<https://www.usinenouvelle.com/article/le-marche-automobile-francais-poursuit-sa-degringolade-en-septembre-2021.N1146482>

Les uns après les autres, les constructeurs automobiles se voient contraints de ralentir la production de leurs usines ou de les fermer complètement, englués dans les conséquences de la pandémie de Covid-19 et de la pénurie de semi-conducteurs. Cette crise historique affecte durablement les ventes, comme le confirment les chiffres publiés vendredi 1er octobre par la Plateforme automobile (PFA). En septembre, 133 835 voitures neuves particulières ont été vendues en France, ce qui représente une chute de 20,5% par rapport à l'année précédente, et de 22,8% par rapport à septembre 2019.

Il s'agit du quatrième mois consécutif de baisse pour le marché automobile français. Alors que les immatriculations avaient progressé de 28,9% entre janvier et juin par rapport au premier semestre 2020, lorsque l'économie était paralysée par le premier confinement, le second semestre 2021 s'annonce nettement plus sombre. Sur les neuf premiers mois, la hausse annuelle a déjà bien fondu, pour s'établir désormais à 8%.

Les constructeurs français à la peine

Si Stellantis est toujours le numéro un des ventes en France, il continue de perdre du terrain. L'entreprise enregistre seulement 43 960 immatriculations en septembre 2021, une régression de 28,1% par rapport à septembre 2020. Sa part de marché s'établit désormais à 32,9%, contre 36,3% l'année précédente.

Parmi les marques du groupe, c'est surtout Peugeot qui tire les résultats vers le bas, avec 20 750 livraisons (-35,8%), contre 13 930 pour Citroën (-17%) et 3 030 pour Opel (-31,6%). Dans l'ancienne entité PSA, DS est la seule à afficher une progression, mais sur des volumes plus faibles, avec 1 880 immatriculations, soit 17,6% de plus que l'an passé. Jeep parvient à rester dans le vert grâce à une hausse de 0,4%, avec 842 unités, contrairement à l'Italien Fiat, qui plonge de 30,9% (3 377 immatriculations).

La baisse de performance de Stellantis profite à son rival Renault, dont la part de marché progresse de 25,6% à 27,2% sur un an. Malgré cela, le groupe ne parvient pas à faire mieux qu'en septembre 2020, puisqu'il a comptabilisé 36 383 immatriculations (-15,4%). Dans le détail, la marque Renault pèse 24 337 unités (-20,6%), Dacia limite la casse avec 11 903 ventes (-3,4%) et Alpine, 143 unités (+225%). Sur les neuf premiers mois de l'année, Stellantis est en revanche le seul à afficher une croissance positive (+3,9%, avec 429 003 unités) par rapport à la même période l'an passé, car le groupe Renault trébuche de 0,5%, avec 295 438 immatriculations.

Hyundai continue de grimper

Du côté de Volkswagen, toujours à la troisième place sur le marché français, l'heure n'est pas non plus à la fête. Un total de 16 043 immatriculations, c'est 19,1 % de moins qu'en septembre 2020. Au sein du groupe, seul le constructeur Audi peut se targuer d'une faible progression, grâce à ses 4 434 livraisons (+2,2%). Son compatriote BMW affiche des résultats similaires, avec 4 356 immatriculations (-16,2%), quand Daimler s'effondre de 42,6% avec 3 147 unités, la pire performance du marché pour un groupe de cette envergure. La marque américaine Ford n'en est pas si loin, avec 3 830 livraisons (-37,8%).

Les constructeurs japonais souffrent eux aussi de la morosité

ambiante. Toyota enregistre 6 288 immatriculations en septembre 2021 (-29,6% par rapport à l'année précédente) et Suzuki 1 894 (-15,8%). Les partenaires de Renault ne parviennent pas à sortir de la crise : Nissan n'a vendu que 2 031 voitures neuves particulières (-34,3%) et Mitsubishi 141 (-64,8%). Pour un peu plus d'optimiste, il faut diriger son regard vers le sud-coréen Hyundai. Grâce à ses 8 544 immatriculations (+22,1%), il rafle la quatrième place du marché français à Toyota. De taille beaucoup plus modeste, le groupe indien Tata, propriétaire de Jaguar et Land Rover, est également dans le vert, avec une croissance de 18,8 % (505 unités).

Les Echos

La panne sans précédent du marché automobile français

Les ventes de véhicules neufs dégringolent mois après mois, et ce alors que l'économie se porte bien. Si la pénurie de semi-conducteurs décourage certains acheteurs, une frange de professionnels redoute une désaffection plus profonde.

<https://www.lesechos.fr/idees-debats/editos-analyses/la-panne-sans-precedent-du-marche-automobile-francais-1351233>

Publié le 1 oct. 2021 par **Lionel Steinmann**

Mois après mois, le marché automobile français poursuit sa déprime. Après - 27 % en mai, - 13 % en juin, ou encore - 32 % en août, le mois de septembre s'est soldé par une chute de 22,8 % des immatriculations par rapport au même mois de 2019, le millésime 2020 ayant été trop perturbé par la crise sanitaire pour offrir des comparaisons pertinentes. Depuis le début de l'année, la dégringolade des immatriculations de voitures particulières atteint 23,2 % par rapport à 2019, et aucun redressement n'est en vue d'ici plusieurs mois.

Ce n'est pas la première fois que le marché baisse brutalement. En 2012, les ventes s'étaient affaissées de 300.000 exemplaires en douze mois. Mais à l'époque, l'économie française frisait la récession. « La crise actuelle est exceptionnelle : c'est la première fois que les ventes plongent alors que le PIB est en progression », relève Marc Bruschet, qui préside la branche concessionnaires du Conseil national des professions de l'automobile (CNPA). « Le décrochage actuel est historique », confirme François Roudier, porte-parole de la Plateforme automobile.

Moins de production, moins de ventes

La principale explication de cette embardée réside dans les difficultés d'approvisionnement, inédites elles aussi, dont souffrent les constructeurs. La pénurie de semi-conducteurs fait tourner les usines au ralenti, de Mulhouse à Detroit en passant par Shanghai, provoquant un déficit de production qui devrait dépasser les 10 millions de véhicules sur l'ensemble de l'année dans le monde.

Conséquence, les délais entre la commande d'une voiture et sa réception en concession ne cessent de s'étirer. Il faut désormais patienter plusieurs mois pour se faire livrer une Clio ou une 208. Découragés par cette attente, certains clients remettent leur achat à plus tard ou bien se tournent vers le marché de l'occasion.

Le trou d'air dans les chiffres de ventes est d'autant plus sensible que ce sont les véhicules d'entrée de gamme, à forts volumes, qui souffrent le plus. « Les constructeurs allouent en priorité les composants aux voitures qui font le plus de marge », confirme Jean-Pierre Diernaz, directeur général de MotorK France.



Des lancements en mode économie

De surcroît, les nouveaux modèles jouent moins qu'avant leur rôle de locomotive. « D'ordinaire, les marques font de gros efforts marketing les premières semaines pour susciter au maximum l'envie, souligne Jean-Pierre Diernaz. Là, comme la production suit difficilement, les lancements se font en mode économie. » Et drainent moins de clients potentiels vers les concessions.

Mais le déficit de semi-conducteurs n'explique pas tout, pointent les professionnels. Selon les données d'AAA Data, les achats par les particuliers souffrent plus que ceux des entreprises, et ne représentent plus que 43 % du marché, contre 47 % il y a un an.

Lorsqu'il s'agit de changer de voiture, « une partie des ménages est complètement paumée », résume crûment un expert. La généralisation annoncée des véhicules électriques laisse sceptique une partie du chaland, et le diesel est devenu un repoussoir. Faute de certitudes, le remplacement de la vieille Scénic est remis à plus tard.

Un désamour croissant

Pour certains, cet attentisme se double d'une désaffection plus profonde, provoquée par une hausse continue des prix des véhicules neufs. Plusieurs facteurs se coalisent pour tirer les prix à la hausse, notamment pour les petits modèles.

Les normes de sécurité plus strictes font grimper le niveau d'équipements obligatoires, et les coûts de production par ricochet. Sous le capot, le passage à l'électrique fait lui aussi grimper l'addition, tout comme la future norme Euro 7 pour les moteurs thermiques.

Plus largement, la stratégie qui a le vent en poupe dans le secteur consiste à privilégier les marges sur les volumes. PSA (désormais Stellantis) et Renault en ont fait leur devise, un « pricing power » qui se traduit par des prix plus élevés dans les showrooms. Un mouvement amplifié par la pénurie de semi-conducteurs : profitant de la rareté sur un marché, les constructeurs répercutent sur leurs clients la forte inflation sur les matières premières qu'ils subissent ces derniers mois.

« Ils ont tous procédé à deux, voire trois augmentations de prix catalogue cette année », rapporte un observateur. Dans le même temps, les rabais pratiqués par le réseau et compensés par le constructeur diminuent.

Cela accélère une tendance déjà en cours : selon « L'Argus », le prix de la « voiture moyenne » neuve a augmenté de 7.000 euros de 2010 à 2020 ! A cela s'ajoute enfin le durcissement régulier du malus automobile, qui touche davantage de modèles, pour des montants de plus en plus élevés.

Autant de raisons qui poussent un nombre croissant de Français, par choix ou manque de moyens, à se reporter sur des véhicules de seconde main. Le marché de l'occasion ne s'est jamais aussi bien porté, et pourrait atteindre les 6 millions de transactions cette année. De quoi justifier l'empressement que lui témoignent grands groupes et jeunes pousses aux dents longues, surtout si le désamour des Français pour le neuf devait persister.

Le salon de l'auto de Genève annulé pour la troisième année consécutive

Le salon, qui réunit habituellement 600.000 visiteurs et plus d'une centaine d'exposants n'aura pas lieu non plus en 2022. Affectés par la pénurie mondiale de semi-conducteurs, les constructeurs automobiles ont « de nouvelles priorités », estiment les organisateurs.



Le salon de l'auto de Genève accueille habituellement 600.000 visiteurs. (Fabrice COFFRINI/AFP) / Par **Les Echos** / Publié le 8 oct. 2021

Le prochain salon de l'auto de Genève n'aura pas lieu avant 2023. Les organisateurs ont en effet annoncé ce jeudi l'annulation de son édition 2022 en raison des difficultés du secteur automobile, confronté à une forte pénurie de semi-conducteurs qui les a forcés à suspendre une partie de leur production. Ce grand rendez-vous pour le secteur de l'automobile aurait dû se tenir du 19 au 27 février 2022.

La « crise des puces électronique » va probablement perdurer dans le courant de l'année prochaine, a reconnu Sandro Mesquita, le directeur général du salon de l'auto de Genève, dans un communiqué. Il explique qu'en « ces temps incertains, de nombreuses marques ne sont pas en mesure de s'engager à participer à une foire professionnelle ».

Avec la crise sanitaire, les organisateurs du salon qui accueille habituellement quelque 600.000 visiteurs et auquel avaient participé 160 exposants en 2019, avaient déjà dû annuler son édition de 2020, puis de 2021.

De nouvelles priorités

Avec la pénurie de semi-conducteurs, « les constructeurs automobiles ont de nouvelles priorités qu'ils doivent d'abord résoudre », ont soupesé les organisateurs, estimant qu'ils n'avaient pas d'autre choix que d'annuler l'événement et attendre 2023. Jusqu'alors plus épargné que les autres constructeurs, Toyota a dû réduire sa production de 40 % au mois de septembre.

Dans le bi-hebdomadaire suisse l'Agefi publié ce lundi, Sandro Mesquito évoquait encore la possibilité d'organiser une version réduite du salon avec une soixantaine de marques. Le but de l'opération était de relancer l'évènement après deux ans d'absence. Mais face aux conséquences directes et indirectes de la pandémie de Covid, comme les restrictions de voyage ou la crise des semi-conducteurs, « il est devenu clair qu'il était nécessaire de reporter le salon » a déclaré le directeur général du salon dans le communiqué.

Les constructeurs comptent cependant continuer de travailler sur la plateforme en ligne que le salon prévoyait de mettre en place pour cette édition 2022, à travers des événements virtuels. L'objectif est maintenant qu'elle montre « tout son potentiel » pour l'édition 2023, ont précisé les organisateurs.

Avec AFP

L'USINE NOUVELLE

Les salons automobiles, une espèce en voie d'extinction ?



© GIMS / 12 Octobre 2021

<https://www.usinenouvelle.com/article/mobil-idees-les-salons-automobiles-une-espece-en-voie-d-extinction.N1148872>

Les salons automobiles ont-ils encore un avenir ? Après deux années de fortes perturbations, l'horizon semblait en train de s'éclaircir pour ces événements, jadis incontournables pour les

amateurs de belles mécaniques. C'était sans compter sur la troisième annulation consécutive du salon de Genève (Suisse). Ses organisateurs, qui avaient déjà revu leurs ambitions à la baisse avec l'annonce d'un format réduit, ont finalement renoncé à sa tenue, prévue du 19 au 27 février 2022.

« D'une part, les conséquences directes de la pandémie se traduisent par des restrictions de déplacement toujours en place qui impactent les exposants internationaux, les visiteurs et les journalistes.



D'autre part, les répercussions indirectes de la pandémie comme la pénurie de semi-conducteurs ont forcé les constructeurs à revoir leurs priorités et à résoudre ces problèmes avant tout », justifient les organisateurs de l'événement suisse dans un communiqué publié le 8 octobre.

Pris en étau entre un marché automobile européen en berne, une transition vers la voiture électrique qui pèse sur leurs marges et une pénurie en semi-conducteurs qui pourrait entraîner un manque à gagner de 210 milliards de dollars (180,3 milliards d'euros) dans le secteur à l'échelle mondiale selon le cabinet AlixPartners, les constructeurs font logiquement l'impasse sur des salons dont chacun peut leur coûter plusieurs millions d'euros.

Nouveaux formats numériques

D'autant que les formats numériques, qui se sont multipliés au cours des derniers mois sous l'effet de la pandémie de Covid-19, permettent d'atteindre leurs communautés à moindre coût. Des outils sans doute plus efficaces que des salons automobiles ciblant les particuliers... Dont la part n'a cessé de chuter dans les ventes de voitures neuves. Aujourd'hui, les ménages représentent moins de la moitié des acheteurs de voitures neuves.

En septembre 2021, les immatriculations aux ménages ont reflué de 22%, contre 13% dans le cas des entreprises, selon le cabinet Autoways. Une évolution qui tient évidemment aux délais accrus de livraison liés à la pénurie de semi-conducteurs. Mais cette érosion de la part des particuliers s'explique aussi par le renchérissement des prix des voitures neuves. Selon le journal L'Argus, le prix d'une voiture neuve a crû de 7 000 euros entre 2010 et 2020, pour atteindre une moyenne de 26 789 euros.

De quoi expliquer en partie que les particuliers se détournent aussi de salons, où les modèles exposés semblent de plus en plus inaccessibles. Avant même le début de la pandémie, le salon de Genève avait enregistré une contraction de sa fréquentation de 9% en 2019 par rapport à 2018, à 602 000 visiteurs. Même au pays de l'automobile, le salon de Francfort a enregistré une forte baisse de 30% en 2019, avec moins de 600 000 visiteurs.

Evolutions vitales

Un phénomène qui tient aussi à l'évolution de la mobilité, notamment en zone urbaine. A l'image de l'industrie automobile, les salons tentent de se réinventer pour répondre à cette nouvelle donne. Premier événement à avoir eu lieu depuis le début de la crise sanitaire, Munich (Allemagne) est devenu l'IAA Mobility, faisant la part belle aux nouvelles formes de mobilité telles que le vélo, sur lesquels se positionnent constructeurs et équipementiers, comme Valeo.

La tech prend également une place croissante dans les salons automobiles nouvelle génération, pour concurrencer des événements tels que le CES de Las Vegas (Etats-Unis), où les groupes automobiles se plaisent à venir. Le Mondial parisien de l'automobile a de son côté choisi de fusionner avec Equip Auto, réservé à l'après-vente et aux services pour la mobilité. Des transformations indispensables pour tenter de sauver le navire en perdition des salons automobiles européens.

LesEchos **Bus, trams, téléphériques... : l'Etat accorde 900 millions de subventions à 162 projets**

Dans le cadre d'un quatrième «appel à projets» depuis le premier mécanisme du genre en 2008, l'Etat va distribuer près d'un milliard d'euros à 162 dossiers de transports collectifs. Soit 85 % des candidats retenus et un taux de subvention moyen de 17 %.



25 lignes de tramway, nouvelles ou rallongées, seront aidées par les prochaines subventions étatiques, hors Ile-de-France. (Shutterstock)

<https://www.lesechos.fr/industrie-services/tourisme-transport/bus-trams-et-meme-telepheriques-letat-accorde-900-millions-de-subventions-a-162-projets-1352623> Par **Denis Fainsilber** / Publié le 6 oct. 2021

Cinquante kilomètres de nouvelles lignes de tramways pour l'agglomération de Lille-Roubaix-Tourcoing, deux futures lignes de bus « à haut niveau de service » sur 29 km à Clermont-Ferrand, des prochains téléphériques à Lyon, Nice et Grenoble, ou encore un nouveau pôle d'échanges multimodaux à la gare de Quimper...

De Brest à Nice et de Strasbourg à Biarritz, pas moins de 162 projets de transports collectifs de nouvelle génération - qu'il s'agisse de création ou d'extension de réseaux existants -, vont se répartir une nouvelle enveloppe étatique de 900 millions d'euros, a annoncé mercredi le Premier ministre Jean Castex, qui a rendu compte des résultats du « quatrième appel à projets » lancé sur ce thème par l'Etat depuis 2008.

Aix-Marseille déjà servies

Hormis les cas de l'Ile-de-France, en plein bras de fer avec l'Etat, et de l'agglomération d'Aix-Marseille déjà servie récemment à hauteur de 250 millions d'euros par les annonces d'Emmanuel Macron faites sur place, 95 collectivités françaises ont ainsi été déclarées éligibles cette semaine, après examen des dossiers par un comité technique.

Ces subventions seront utiles pour amorcer la pompe, mais seront bien loin de suffire à boucler le financement des divers projets. Le taux moyen de subvention s'élève en effet à 17 %, selon Matignon. Condition impérative pour toucher le chèque promis : que les travaux soient entamés avant fin 2025. Après des années de disette, l'exécutif avait relancé le schéma des appels à projets de transports collectifs en décembre dernier. Puis l'enveloppe calée à 450 millions a été portée à 900 millions d'euros le mois dernier, dans le cadre de France Relance.

L'ensemble des dossiers présentés cette année portait sur 199 projets différents, représentant un budget total de 11,5 milliards d'euros, selon le GART (Groupement des autorités responsables des transports). Au total, 85 % d'entre eux ont été retenus, pour lancer 25 nouvelles lignes de tramway ou leurs extensions (développant 168 km) et 74 nouvelles lignes de bus à haut niveau de service (852 km). En revanche, aucun métro - un mode de transport beaucoup plus cher à réaliser comme en témoigne la troisième ligne de Toulouse chiffrée à 3 milliards -, ne figure dans la distribution des prix cette année.

Les Echos

Loin d'être rétablies, les compagnies aériennes devraient perdre 52 milliards cette année



En 2021, le trafic aérien international n'atteindra pas le quart du niveau de 2019. (J. BROWN/AFP) Par **Bruno Trévidic** / Publié le 4 oct. 2021

<https://www.lesechos.fr/industrie-services/tourisme-transport/loin-detre-retablies-les-compagnies-aeriennes-devraient-perdre-52-milliards-cette-annee-1351909>

Si le transport aérien a repris une trajectoire ascendante depuis cet été, le trafic mondial est encore loin d'avoir retrouvé son niveau d'avant-crise - à l'exception du transport de fret, en hausse de 7,9 %, et de quelques marchés domestiques, comme les Etats-Unis et la Chine. Malgré l'embellie estivale, de nombreux pays restent fermés au tourisme, notamment dans la zone Asie-Pacifique.

Selon [les estimations de l'Association du transport aérien international \(IATA\)](#) , le trafic mondial ne devrait pas dépasser 40 % du niveau de 2019 en 2021 (2,3 milliards de passagers) et 61 % en 2022. Pour le trafic international, la proportion est encore plus faible, avec 22 % du niveau antérieur cette année, et 44 % prévus l'an prochain. Quant aux résultats financiers, le secteur devrait encore perdre 52 milliards de dollars au total. Le retour du secteur à la rentabilité n'est pas espéré avant 2023.

La meilleure nouvelle de l'année

Toutefois, pour la plupart des 290 compagnies aériennes représentées à l'assemblée générale de l'IATA, ce lundi à Boston, la meilleure nouvelle de l'année est [la réouverture des Etats-Unis aux voyageurs vaccinés](#) , à compter du 1^{er} novembre. Même réduit de moitié, le marché américain reste en effet, de loin, le plus important du transport aérien international.

« Nous sommes très, très, heureux de la décision du gouvernement américain », déclarait encore la semaine dernière, le directeur général d'Air France-KLM, Ben Smith. Les Etats-Unis sont le marché le plus important pour Air France-KLM, qui représente 40 % de notre activité long-courrier ».

Avant la crise du Covid, en 2019, sa coentreprise avec Delta générait, à elle seule, une recette annuelle de 12 milliards de dollars, soit 20 % du chiffre d'affaires total d'Air France-KLM. Air France-KLM n'opérait alors pas moins de 270 vols par semaine entre l'Europe et l'Amérique du Nord, vers 22 destinations nord-américaines, dont 13 pour Air France aux Etats-Unis. Ce qui faisait de Paris la deuxième porte d'entrée des Américains en Europe, après Londres, mais aussi un point de passage pour beaucoup d'autres passagers à destination des Etats-Unis, notamment indiens. La clientèle indienne en correspondance à Roissy-CDG représentait jusqu'à 30 % des passagers de certains vols d'Air France pour les Etats-Unis.

La réouverture des frontières aux passagers européens vaccinés ne suffira pas à retrouver les niveaux de 2019. Mais l'annonce de cette décision s'est déjà traduite par une envolée des réservations pour les Etats-Unis. Ce qui a déjà conduit Air France à revoir son offre à la hausse pour les prochains mois. « Nous reviendrons à une centaine de vols par semaine [sur les Etats-Unis, NDLR] à partir de novembre », a annoncé [Anne Rigail](#) , la directrice générale d'Air France. De quoi permettre bien des retrouvailles.

« Nous ne sommes pas sortis de la crise », prévient Guillaume Faury, le patron d'Airbus



Crise du transport aérien, hausse des prix des matières premières, consolidation, décarbonation des avions, Europe de la défense... Dans un entretien accordé à L'Usine Nouvelle, le président exécutif d'Airbus, Guillaume Faury, prend pour la première fois la parole en tant que président du Groupement des industries françaises aéronautiques et spatiales (Gifas) et détaille les défis que doit relever une filière en pleine transformation.

Olivier James / 05 Octobre 2021 / © DAHMANE

Pour Guillaume Faury, président exécutif d'Airbus et président du Gifas, la crise est loin d'être terminée.

<https://www.usinenouvelle.com/article/nous-ne-sommes-pas-sortis-de-la-crise-previent-guillaume-faury-le-patron-d-airbus.N1146857>

L'Usine Nouvelle - Quels enseignements tirez-vous de la crise traversée par le secteur aéronautique ?

Guillaume Faury - La vitesse à laquelle l'ensemble de la filière aéronautique et spatiale s'est adaptée a été incroyable. En mars 2020, les pires scénarios ont circulé et tout le monde a eu très peur lorsque le trafic aérien s'est effondré. Des solutions ont été trouvées en très peu de temps. Et c'est un bon présage pour les autres défis qui sont devant nous, en particulier celui de la décarbonation. Cette crise a démontré notre résilience tout autant que notre solidarité de filière. Tout le monde a joué collectif. Ce qui n'était pas nécessairement gagné d'avance, alors que la survie des entreprises était en jeu. Cette solidarité de filière, dont le Gifas a été un acteur important et dont on parlait souvent, nous l'avons vraiment vue à l'œuvre.

Cette pandémie nous a aussi rappelé que beaucoup d'événements restent imprévisibles. Le Covid n'était dans aucun scénario d'anticipation avant son apparition. C'est un bel enseignement. Il faut structurer le secteur pour qu'il soit toujours plus résilient, et non pas viser à l'optimiser sur un modèle de fonctionnement parfait. Le monde dans lequel nous vivons étant de plus en plus interconnecté, les crises deviennent vite systémiques. Je pense aussi que le système financier a tenu grâce aux enseignements de la crise de 2008-2009, ce qui a été important pour nous car une partie du maintien des livraisons d'avions a été rendue possible par sa solidité.

La filière peut-elle se dire que la crise est derrière elle ?

Les compagnies aériennes remettent des avions en service mais ils sont encore peu remplis et les prix et revenus attendus sont encore difficilement prévisibles, tous les billets étant échangeables et remboursables.

Non, nous ne sommes pas sortis de la crise. En ce qui concerne le secteur aérien, nous vivons probablement le moment le plus difficile. La forte réduction d'activités a été compensée par des aides pour stabiliser les situations fragiles. Certes, le trafic commence à repartir, mais de manière non uniforme selon les régions du monde. Les compagnies aériennes remettent des avions en service mais ils sont encore peu remplis et les prix et revenus attendus sont encore difficilement prévisibles, tous les billets étant échangeables et remboursables. La situation financière des compagnies aériennes reste donc à risque. Beaucoup de gens ont tendance à tourner la page et affirmer que tout repart. Oui, cela repart, mais de très bas. [Airbus](#) est resté pendant 15 mois à un niveau de production de 40% inférieur à celui de 2019.

Dans quelle situation se trouve désormais la chaîne d'approvisionnement

Pendant dix-huit mois, nous avons été très attentifs à ce qui se passait pour les compagnies aériennes, qui se trouvaient dans une situation extrêmement dangereuse. La plupart d'entre elles ont élaboré des feuilles de route qui leur permettent de redémarrer. L'attention se tourne maintenant vers la chaîne d'approvisionnement aéronautique. Pourquoi ? Parce que pendant dix-huit mois, les fournisseurs se sont adaptés à un niveau d'activité très faible. Certains ont réduit leurs effectifs, avec des situations plus dures aux Etats-Unis qu'en Europe, où le modèle social propose davantage de mesures d'accompagnement. Pour eux, la période est complexe car il faut réinvestir et réembaucher avec des perspectives fragiles. Je le répète, nous ne sommes pas sortis de la crise. Il faut aujourd'hui reformer, remettre en route les outils de production. Or dans le même temps, pour des raisons financières, les stocks ont atteint des niveaux très faibles. Le redémarrage s'effectue avec un système sous tension.

La filière pourrait-elle souffrir de problèmes d'approvisionnement en composants électroniques et en matières premières ?

Nous ne sommes pas dans la situation de pénurie de composants que connaît l'automobile. Les prix augmentent, mais il y n'y a pas encore de rupture d'approvisionnement.

Nous ne sommes pas dans la situation de pénurie de composants que connaît l'automobile. Nous n'en sommes pas à ne pas pouvoir produire des avions, car nous avons besoin de composants à plus longs cycles, avec des volumes plus faibles. Cela ne veut pas dire que cela ne pourrait pas arriver, mais cette fois nous devrions passer à travers ce risque, compte tenu de la spécificité de notre secteur. Concernant les matières premières, nous sommes en revanche déjà affectés. Les prix augmentent, mais il y n'y a pas encore de rupture d'approvisionnement. Tout le système est en train de se tendre dans cette phase de redémarrage économique, qui s'effectue à une vitesse inhabituelle.



Au point de freiner la croissance ?

Oui, le redémarrage est freiné pour toutes ces raisons. On le voit dans la difficulté à embaucher, à redémarrer les usines. L'un des principaux enjeux aujourd'hui est de reconstituer des équipes, en se demandant dans quels domaines, à quelle vitesse... C'est aussi le cas dans d'autres secteurs d'ailleurs. Le redémarrage est ralenti par la rareté d'un certain nombre de ressources. Ce point d'inflexion, inverse de celui de 2020, entraîne aussi des situations complexes pour les entreprises.

Pour rendre la chaîne d'approvisionnement plus robuste, appelez-vous à une accélération de la consolidation ?

Nous avons cru que la crise Covid allait être un accélérateur de ces restructurations, de ces fusions, de ces regroupements. Ce n'est pas ce qui s'est passé. Les dirigeants sont plutôt restés dans l'expectative. Les liquidités mises à dispositions pour éviter les faillites ont généré une forme de paralysie par rapport à la prise de décision. Nous espérons que les acteurs les plus faibles trouveront des solutions pour que la filière soit plus solide, mais il s'agit de décisions propres aux entreprises concernées. Nous avons mis en place les outils pour favoriser cette consolidation, en particulier avec le fonds ACE Aéro Partenaires, constitué avec ACE Capital Partners, les grands donneurs d'ordre et le soutien de l'Etat. Reste qu'il y a débat au sein de la filière sur le maintien ou non des aides. Certains pensent qu'il ne faut pas maintenir le système d'aides trop longtemps, pour forcer à un assainissement de la situation. En même temps, il faut que tous les acteurs industriels soient présents et en situation de maintenir les capacités de production de la filière. En termes de consolidation et de structuration, il va se passer des choses...

Faut-il fixer un cap en matière de taille minimale d'entreprise ?

Il y a des start-ups et des petites entreprises qui sont très performantes. Il n'y a pas de règle absolue à fixer, de chiffre magique à définir, ce n'est pas aussi simple que cela. En revanche, quand nous investirons dans les deux ou trois ans qui viennent pour aider un certain nombre d'acteurs, cela devra contribuer à consolider et à renforcer les entreprises les plus faibles.

Le périmètre franco-français de ce fonds de consolidation n'est-il pas trop restrictif? Ne faudrait-il pas lui donner une dimension européenne, avec des implantations au Royaume-Uni ou en Allemagne ?

Je ne pense pas qu'il y aura un fonds européen dédié, car je ne suis pas sûr que l'on en ait besoin. Au début de la crise, nous devions aller vite pour éviter qu'il y ait des faillites. Il se trouve que les différents financements et la constitution de ce fonds ont été réalisés rapidement et efficacement en France. Nous allons vraiment commencer à utiliser ce fonds plus d'un an après sa création. Mais ce périmètre national n'empêche pas d'intervenir hors des frontières françaises. Il y a par exemple des solutions privées ou par consortium ad hoc. Quand il s'agira de trouver des solutions transnationales, il faudra trouver d'autres dispositifs ou parvenir à faire fonctionner de manière intelligente le fonds d'un côté et d'autres acteurs étrangers. Ce n'est donc pas une occasion manquée ; une grande partie de la chaîne d'approvisionnement se trouve en France de toute façon.



La création d'un fonds géré par ACE équivalent en Espagne est une bonne chose, mais au Royaume-Uni la problématique est différente. Quant à l'Allemagne, les entreprises y sont plus solides. L'inconvénient de l'approche purement nationale est qu'il est plus difficile de trouver des solutions au-delà de nos frontières. Mais cela nous a permis d'aller vite et de bénéficier à la fois de l'argent privé et public.

Airbus et Safran ont déposé une offre [pour la reprise d'Aubert et Duval] auprès d'Eramet, qui n'a pas souhaité donner suite.

La reprise d'Aubert et Duval par Airbus et Safran, dont on parle depuis plusieurs mois, est-elle en voie d'aboutir ?

Airbus et Safran ont déposé une offre auprès d'Eramet [*groupe minier et métallurgique, maison-mère d'Aubert et Duval, ndlr*] en début d'année au sein d'un consortium. Eramet n'a pas souhaité donner suite à cette offre. Nous continuons de travailler avec eux ; nous sommes de toute façon leur client.

A votre avis, Eramet en demande trop, alors que leur filiale a connu plusieurs dysfonctionnements ?

Il s'agit de discussions privées entre ces acteurs. Je n'ai pas à me mettre à la place de ce qu'Eramet souhaite faire. Je ne souhaite pas commenter le contenu de ce dossier. Ce qui est certain, c'est qu'Aubert et Duval est un acteur important qui sert l'aéronautique, mais aussi la défense et le nucléaire. Il va falloir trouver une solution. Nous sommes prêts à jouer un rôle et Eramet le sait.

Vous avez fixé un calendrier précis de production de l'A320 en juin dernier, très vite tempéré par Safran. Quel sera le cap réellement tenu ?

Il ne faut pas chercher à opposer les déclarations des uns et des autres. Il faut les remettre dans leur contexte. L'un des enseignements tirés de la montée en cadence de la période 2017-2019 pour la famille A320, puis de la forte réduction des cadences avec l'irruption de la pandémie, c'est qu'en donnant de la visibilité aux fournisseurs quant aux cadences anticipées, nous les aidons à prendre les bonnes décisions. Cela a été un élément de survie pendant cette crise. Tous les fournisseurs nous ont dit que le maintien des cadences telles qu'elles avaient été redéfinies après le début de la crise avait été pour eux un élément clé de stabilité. Nous en avons tiré les enseignements pour donner une nouvelle fois de la visibilité à la chaîne d'approvisionnement pour cette phase de redémarrage. Deux phases distinctes ont été définies. La première concerne le retour au niveau de production d'avant-crise, soit 60 appareils par mois puis 64 appareils par mois au deuxième trimestre 2023. La seconde vise à explorer des niveaux situés entre 64 et 75 appareils par mois après cette date.

Ce que Safran a commenté, c'est la pertinence d'aller à un niveau au-delà de 64 appareils par mois. Le groupe Safran cherche à conforter des assurances sur une durée suffisante pour justifier les investissements induits. Sur le fond, Airbus et Safran ne sont pas en désaccord, car il s'agit d'une phase d'évaluation sur les capacités de la chaîne d'approvisionnement. Sur la forme, cela ressemble à un désaccord, mais en réalité, nous nous posons les mêmes questions. Ceci dit, je confirme que la demande pour nos appareils nous permettrait d'aller plus loin que 64 appareils par mois.

Et que les clients qui nous demandent des avions pour cette période d'après-crise sont très nombreux. C'est une réponse à cette demande que toute la chaîne d'approvisionnement doit apporter.

C'est aussi une course de vitesse qui s'engage face à Boeing ?

Non. Dans la période qui vient de se jouer, chacun s'est concentré sur ce qu'il avait à faire. Il y a eu très peu de campagnes commerciales et il y en a encore peu aujourd'hui. Chacun a dû s'adapter par rapport à ses propres clients qui demandaient à reporter des livraisons. Côté Airbus, nous avons toujours le même carnet de commandes, mais nous repartons avec un niveau de production beaucoup plus bas que ce qu'il était avant-crise. Or livrer 7000 avions avec les cadences d'aujourd'hui, cela représente dix ans de production. D'où la nécessité de remonter les cadences pour livrer les avions en attente et parvenir à générer un peu de disponibilité entre 2024 et 2026 pour commencer à reprendre de nouvelles affaires. Et lorsque nous y verrons plus clair sur cette deuxième partie de la décennie, nous pourrons définir le nouveau seuil maximum de production que l'on veut atteindre avec l'ensemble des partenaires d'Airbus.

Pensez-vous qu'Airbus va davantage bénéficier de la dynamique économique chinoise que Boeing ?

On pourrait le penser, effectivement, car il y a aujourd'hui un niveau de conflictualité plus fort entre les Etats-Unis et la Chine qu'entre l'Europe et la Chine, en apparence tout du moins. Mais dans les faits, cela fait trois ans que ni Airbus ni Boeing n'ont signé de contrat important en Chine. Il va falloir observer attentivement ce que les chinois vont décider de faire dans les années 2022 et 2023, en termes de renouvellement ou d'expansion de flotte, en fonction de la reprise de leur trafic. D'autant qu'il faut s'attendre à l'arrivée à court terme du C919 de Comac. Mais le premier facteur, ce sont les relations internationales moins nombreuses dans cette période de Covid. Il a été beaucoup plus difficile de faire des affaires dans le monde entier et en particulier avec la Chine. Nous sommes en attente d'une réouverture des frontières. Ce qui explique au passage que le redémarrage du marché des long-courriers est pour le moment inexistant. J'entends que les réservations se remplissent à toute vitesse entre l'Europe et les Etats-Unis de novembre à janvier, ce qui est une très bonne nouvelle. Mais cela est encore très récent. Et ce n'est pas le cas avec l'Asie. La stratégie zéro virus en Asie, qui a permis de bons résultats du point de vue sanitaire, est très peu compatible avec une stratégie vaccinale qui, elle, autorise la circulation du virus. On considère dans la profession qu'il est assez peu probable que le trafic entre l'Asie d'une part, l'Europe et les Etats-Unis d'autre part, reprenne significativement avant la deuxième partie de 2022. Pour les long-courriers, nous n'allons pas revenir à une inflexion avant l'été 2022 et à un retour à la normale avant 2025.

Quel sera l'impact, pour la chaîne d'approvisionnement, de la réorganisation des activités aérostructures d'Airbus ? S'agit-il d'une forme de réinternalisation ?

Nous sommes aujourd'hui à un niveau d'activité plus bas que ce que l'on a connu avant-crise et que ce que l'on va connaître avec le redémarrage qui commence. C'est donc une période de calme relatif, propice à l'évolution des organisations.



En parallèle, nous allons vers un changement assez profond de l'architecture des avions en raison des enjeux de décarbonation. Depuis plusieurs années, Airbus procède à la digitalisation de ses outils de conception et de fabrication. Il s'agit du programme DDMS (Digital Design, Manufacturing & Services), grâce auquel nous serons en mesure de produire la prochaine génération d'avion avec un système de conception et de fabrication numérique de bout en bout. C'est nécessaire en particulier pour les aérostructures, car elles seront pour les avions futurs très différentes de celles des avions existants. Elles seront moins une coquille, comme c'est le cas aujourd'hui, qu'un châssis. Autrement dit un système qui aura de nouvelles fonctions intégrées. Nous souhaitons, en tant qu'architecte et assembleur, déployer dans cinq ans un système digital transverse à toute l'entreprise, y compris la partie aérostructure. Cela ne signifie pas que nous allons fabriquer les aérostructures, mais nous souhaitons effectivement mieux maîtriser la partie assemblage en interne. D'où le maintien au sein d'Airbus de Stelia et de Premium Aerotec GmbH (PAG), que l'on va marier avec les autres activités d'aérostructures d'Airbus pour en faire des entités très performantes.

Cela aura-t-il un impact pour certains de vos fournisseurs sur ce segment ?

Ils vont avoir eux aussi à assurer leur numérisation pour se connecter à ces entités. Ceux qui le seront auront beaucoup de facilité à accéder à ce qu'Airbus fera. Pour ceux qui n'auront pas mené cette transformation numérique, ce sera difficile.

L'objectif final pour la filière, c'est de parvenir à produire des avions comme on fabrique des voitures, faire du sur-mesure de masse ?

La numérisation offre des possibilités incroyables de conception et de fabrication. On peut, par exemple, simuler par anticipation la manière dont l'outil de production va fonctionner et comment le produit va se comporter. Ce qui permet d'avoir un outil plus flexible et performant, d'opérer des montées en cadences plus rapides, d'introduire des modifications plus facilement. De ce point de vue-là, effectivement, on se rapproche du secteur automobile. Mais la taille et la complexité des objets que nous manipulons font que de nombreux concepts automobiles ne sont pas adaptés pour l'aéronautique. Il nous faut inventer notre propre transformation. Je suis convaincu que nous restons des artisans de très haute technologie et qu'il faut se transformer en industriels de très haute technologie. Mais à des niveaux de production plus faibles par rapport aux autres grands secteurs industriels qui ont pu opérer ce type de transformation, comme l'automobile et la micro-électronique.

Estimez-vous l'outil industriel à l'échelle de la filière est vétuste ?

Ce n'est pas du tout ce que je dis. Et vétuste, par rapport à quoi ou à qui ? Les filières industrielles françaises et allemandes sont par exemple assez proches en la matière. Mais si la question est de savoir si la filière aéronautique a des niveaux d'automatisation et de numérisation équivalents à ceux, par exemple, de l'automobile, la réponse est non. Les avions sont des objets gros et complexes, produits en petite quantité. Logiquement, nous avons jusqu'à aujourd'hui mis davantage de savoir-faire dans le produit que sur l'outil de production. Il y a donc des opportunités, si ce n'est des obligations, de s'améliorer fortement pour progresser.

Environ 20% des entreprises sont digitalisées en France, c'est davantage pour la filière aéronautique ?

Je ne perçois pas dans l'aéronautique un écart d'industrialisation entre l'écosystème français et les autres acteurs. Je ne vois pas de retard significatif par rapport aux autres écosystèmes, en particulier américain. La trajectoire portée par le Gifas visant à moderniser la filière, notamment avec le programme Industrie du futur, doit être maintenue pour garder la tête de la compétition mondiale et rester une filière d'excellence.

Pour autant, l'Allemagne donne l'impression de prendre un poids croissant dans l'aéronautique et le spatial ces dernières années, au détriment de la France. Un rééquilibrage est-il possible ?

Je ne suis pas d'accord avec cette analyse. En France, on pense qu'il y a plus en Allemagne et en Allemagne, on pense qu'il y a plus en France... Il faut arrêter de raisonner de cette manière. Le sujet n'est pas de savoir qui est le plus fort, mais comment on peut devenir plus forts ensemble face à la compétition internationale. L'écosystème d'Airbus est européen. Et il devient même américain, avec le développement de nos activités aux Etats-Unis. L'outil de production est symétrique entre la France et l'Allemagne ; c'est le cas depuis 20 ans. Il y a quatre chaînes d'assemblages à Toulouse, dont deux pour les monocouloirs, et autant à Hambourg, dédiées uniquement aux monocouloirs. Mon objectif est que cet outil soit performant par rapport aux concurrents. Il y a eu par ailleurs une bonne collaboration entre la France et l'Allemagne durant la pandémie. Aujourd'hui, qu'il s'agisse de la feuille de route technologique, des carburants aériens durables ou bien encore de l'hydrogène, les filières vont dans le même sens.

Concernant l'avion à hydrogène, pourrait-on en savoir plus ? Ne serait-il pas pertinent de commencer avec un avion régional, en collaboration avec ATR ?

Vous mettez la charrue avant les bœufs ! Nous sommes en train d'analyser plusieurs technologies, de voir comment elles interagissent avec l'architecture de l'avion. Et ces réflexions ne concernent pas seulement l'avion lui-même, mais aussi les infrastructures qui assureront son exploitation. Si nous observons qu'entre 2025 et 2027, seulement deux aéroports français et allemand distribuent de l'hydrogène, un avion régional fera sens. Mais si nous constatons que l'écosystème hydrogène s'est déployé dans plusieurs pays du monde, nous aurons sans doute la volonté d'aller vers un appareil plus ambitieux. Ce travail est en cours, en concertation avec de nombreux acteurs hors aéronautique. Encore une fois, les décisions seront prises entre 2025 et 2027, après la maturation des technologies et le développement de démonstrateurs. Et nous restons très actifs, je le rappelle, concernant les carburants aériens durables.

Attendez-vous des sous-traitants aéronautiques qu'ils s'impliquent déjà dans l'avion à hydrogène ? De quelle manière ?

Nous l'avons dit en présentant nos concepts d'avion à zéro-émission il y a un an ; l'hydrogène impliquera une profonde évolution des structures et des formes des avions dans les prochaines décennies. Les sous-traitants de la filière aéronautique travaillent évidemment de concert avec les avionneurs, dont Airbus, pour être prêts à ce rendez-vous historique. C'est un travail itératif à long terme.



L'annulation du contrat des sous-marins pour l'Australie, en raison de l'intervention américaine, pourrait-elle favoriser la construction de l'Europe de la défense ?

Chez Airbus, nous sommes convaincus de la nécessité de faire une Europe de la défense, mais pas contre nos alliés. C'est crucial pour garantir notre souveraineté.

Chez Airbus, nous sommes convaincus depuis longtemps de la nécessité de faire une Europe de la défense, mais de ne pas la faire contre nos alliés. C'est crucial pour garantir notre souveraineté, nos capacités à disposer de nos propres équipements et à intervenir. Ce qui s'est passé en Afghanistan et avec le contrat que vous mentionnez est de nature à démontrer qu'il faut plus que jamais parvenir à construire l'Europe de la défense. C'est en route. Tous les acteurs engagés n'ont pas la même compréhension des enjeux, mais le mouvement est engagé. C'est inéluctable.

Pensez-vous que les américains pourraient en contrepartie sélectionner Airbus pour ses avions ravitailleurs, ce qui pourrait conduire à une nouvelle ligne d'assemblage américaine ?

Une Europe de la défense n'est pas opposée à une Amérique de la défense. Dans certains programmes, des américains achètent européen et réciproquement. Mais nous voulons remporter ce contrat sur nos mérites, à la loyale. L'Europe est très présente aux Etats-Unis avec de nombreux fournisseurs, elle est aussi un gros client des Etats-Unis.

Avec la décision de l'Allemagne, de l'Espagne et de la France d'investir 8,3 milliards d'euros dans le SCAF, programme structurant pour la filière, estimez-vous que le programme est désormais « irréversible » ?

Tout programme de défense en coopération européenne nécessite un soutien politique et financier constant dans la durée. La signature de l'arrangement d'application n°3 (IA3) par les ministres français, allemand et espagnol le 30 août dernier constitue une avancée majeure et un signe très fort de l'engagement des États, avec un niveau de financement qui dépasse largement ceux engagés sur d'autres programmes similaires. Nous avons maintenant hâte de démarrer la nouvelle phase 1B du démonstrateur pour accélérer la maturation technologique des différentes composantes. L'actualité internationale récente nous a encore montré que la solidarité et la souveraineté européenne sont cruciales. Le SCAF est le plus important programme de défense jamais développé en Europe et il est certain qu'aucun des États européens ne pourrait financer seul un système de systèmes d'une telle ambition. Il renforcera non seulement nos capacités de sécurité et de défense, mais aussi la souveraineté stratégique et technologique, au travers des grands maîtres d'œuvre des nations participantes comme de toute la supply chain. Cela réduit la dépendance à l'égard de solutions non européennes et représente des dizaines de milliers d'emplois.

En matière de spatial, comment mobiliser la filière européenne, face au dynamisme américain et à la montée en puissance de la Chine ?



Nous sommes très bons dans certains domaines, comme dans les satellites. Mais le niveau de dépense publique en Europe est extrêmement faible par rapport à celui des Etats-Unis et en Chine. Or c'est un domaine à cheval entre le commercial et les commandes publiques. La construction européenne en matière de spatial n'est pas terminée, elle est en cours. C'est un travail pour les futurs gouvernements qui vont se mettre en place dans les prochaines années. Cette phase de construction européenne, qui a atteint son apogée dans le domaine de l'aviation commerciale, reste à poursuivre dans le spatial.

Que faudrait-il faire concrètement ?

Les sensibilités au sein de la filière sont différentes. Nous sommes tous convaincus qu'il faut une Europe spatiale forte, avec une vision. Mais il y a encore du travail en matière de coordination, d'alignement et de construction de programmes spatiaux communs. Il y a une vraie ambition, comme le prouve Galileo. Sur la manière de la concrétiser, la question reste ouverte. Cela engage à la fois les politiques nationales, celles de la France et de l'Allemagne en particulier, mais aussi les industriels. On parle de la réutilisabilité des lanceurs, c'est une technologie parmi d'autres qui est surtout pertinente quand on a de fortes cadences d'utilisation. Elle s'est inscrite dans les technologies crédibles du futur, qu'il faut prendre en compte. La vision du spatial européen reste encore largement à construire. Les industriels du Gifas, qu'ils soient dans les lanceurs, les satellites ou les équipements, y travaillent.

Propos recueillis par Christine Kerdellant et Olivier James

CONJONCTURE. Alors que le secteur se réjouissait après plusieurs mois dépassant les niveaux de 2019, le mois de juillet a marqué un sérieux coup de frein dans l'activité des travaux publics.

C'est un véritable *"coup de frein"* qu'ont connu les travaux publics au mois de juillet 2021. A l'image de la météo, l'activité du secteur a en effet été bien maussade comme le révèle le dernier bulletin de conjoncture de la FNTP. Plutôt stable sur un an (+0,9% vs juillet 2020), elle recule en revanche de près de 12% par rapport au mois précédent. Et s'inscrit très en-deçà du niveau d'activité de juillet 2019 (-9,9%).

Alors que le premier semestre dépassait de presque 2,5% les chiffres enregistrés deux ans plus tôt, avant la crise, cette contreperformance ramène le secteur à un niveau quasi équivalent à celui de 2019, en cumul sur les 7 premiers mois de l'année (+0,3%). Ce qui reste malgré tout plutôt positif.

Prises de commandes de nouveau dans le rouge

Côté prises de commandes, ce n'est pas la joie non plus. Alors que le nombre de marchés conclus s'était redressé au premier semestre, pour atteindre +3,5% sur un an, il replonge au mois de juillet : -10% par rapport à juin. Conséquence : le volume des marchés conclus est à nouveau en recul sur l'ensemble de l'année (-2,7%). C'est encore pire si l'on compare aux 7 premiers mois de 2019 : -18,4%.

Moins d'activité, ce sont aussi moins d'heures travaillées. Le nombre d'heures effectuées par les intérimaires baisse ainsi de 9,6% en juillet par rapport à juin, et de près de 4% pour les ouvriers permanents. Les effectifs, en revanche, restent sur une bonne dynamique (+2,6% sur un an, +4,1% vs 2019).

Les coûts de production devraient continuer à augmenter

Les carnets de commandes non consommés pendant la crise ont jusque-là permis aux entreprises de rattraper leur activité, mais s'affichent à nouveau à un niveau plutôt bas. *"Face à cette situation, l'évolution de l'activité au second semestre dépendra notamment de la concrétisation du plan de relance en investissements"*, note la FNTP.

Autre inconnue pour la fin de l'année : l'évolution des coûts de production. Depuis janvier, l'index TP01 est en hausse de 2,4% et *"cette progression risque de persister dans les mois à venir compte tenu de la hausses vertigineuses de nombreux matériaux"*, estime la fédération. Et de citer quelques exemples : entre juillet 2020 et juillet 2021, le prix des tubes et tuyaux en matière plastique a augmenté de 21% ; celui des fils et câbles d'énergie de 16% ; celui du bitume de 11%.

Pénuries : "De nombreux industriels n'ont pas appliqué de hausse de prix"



Construction bois © Purestock /
Lilas-Apollonia Fournier,
le 20/09/2021

CHIFFRES. Une nouvelle enquête publiée récemment révèle qu'une majorité des managers de sociétés de construction considèrent que les capacités de production n'ont pas retrouvé leur niveau normal.

La crise de pénuries des

matières premières et les hausses des prix qui ont découlé de ce phénomène forcent les professionnels à développer de nouvelles stratégies commerciales.

Comment les professionnels de la construction envisagent-ils l'avenir face à la crise de pénuries des matières premières et la hausse des prix ? C'est ce qu'a voulu connaître le cabinet de conseil international Simon-Kucher & Partners qui, depuis son [bureau](#) français, a interrogé 48 managers du secteur de la construction et de la technologie du bâtiment dans l'Hexagone pour une enquête*, dévoilée ce 14 septembre. La crise de la [Covid-19](#) a entraîné une pénurie exceptionnelle de nombreux matériaux, notamment le bois, l'acier, le fer ou encore [les matières essentielles à la fabrication de mélanges chimiques](#) mais aussi une envolée des prix. "L'acier de construction a d'abord augmenté de 40% à 50% entre novembre et avril, et en mai, la croissance était de 75%", chiffre un sondé. "Pour le bois, nous avons eu une augmentation de 50% jusqu'en avril, en mai elles étaient de 130% par rapport à novembre de l'année précédente."

29% pensent que la crise est permanente

Si les industriels interrogés viennent de segments hétérogènes, ils ont pour point commun d'affirmer que cette crise n'est pas un effet de spéculation. Face à cette montée fulgurante des prix, la moitié des interrogés considère que la hausse des coûts est temporaire et devrait se résorber dans les 6 à 12 prochains mois. 29% pensent, eux, que la hausse des coûts est permanente, c'est-à-dire que les prix resteront relativement stables dans les mois ou années à venir. Une personne sur cinq dit même que la hausse des coûts va se poursuivre dans le futur. Ils ne sont finalement que 4% à considérer que cette crise est temporaire et qu'elle se résorbera dans les 3 à 6 prochains mois.

L'étude met en relief quelques témoignages anonymes, dont un manager qui a indiqué que certains clients avaient augmenté les prix. Un autre a avoué qu'il est *"difficile et pénible de planifier des projets en raison des hausses de prix"*. Pour la moitié des répondants, leur entreprise a répercuté cette hausse dans ses prix. L'autre moitié divulgue ne pas l'avoir encore fait et admet mettre à mal ses marges. *"Ce qui nous a le plus surpris dans les réponses de cette enquête, c'est de voir que seulement la moitié des industriels sondés avaient appliqué une hausse des prix"*, témoigne Franck Brault, associé senior au sein de Simon-Kucher & Partners France, contacté par Batiactu. *"Nous pensions qu'il y aurait des réactions plus rapides de leur part face à ce phénomène. Nous avons mené la même étude en [Allemagne](#) en juillet et ils étaient 75% à avoir appliqué cette augmentation."* Cela peut s'expliquer par le fait que certaines entreprises n'osent pas dénoncer des contrats et conditions de prix, selon le porte-parole.

Un argumentaire solide pour faire face à la hausse

La difficulté des clients des industriels à répercuter la hausse sur leur prix de vente constitue le principal défi pour 50% des entreprises interrogées. 42% ont répondu que le marché n'est pas habitué à des hausses de prix répétés et à court-terme. 25% déclarent que les commerciaux craignent une baisse de l'activité. La concurrence est trop forte dans l'environnement du marché actuel, selon 21% des sondés. De plus, 15% n'hésitent pas à dire qu'ils n'ont pas suffisamment de visibilité sur les impacts de la hausse des coûts sur leurs produits et leurs marges.

Pour les managers, un argumentaire solide, une différenciation de la hausse de prix et de nouveaux mécanismes sont les actions privilégiées pour répercuter les évolutions des coûts. Ils sont une majorité (67%) à déclarer que préparer une argumentation solide sur l'augmentation subie des coûts de production est une mesure adaptée et efficace pour faire accepter une hausse des prix. 46% affirment qu'une autre bonne solution serait de différencier la hausse des prix en fonction de l'augmentation des coûts sur des produits spécifiques. 33% proposent plutôt de réduire la durée de validité des prix proposés aux clients.

27% préfèrent impliquer le top management [les fonctions à haut niveau de responsabilité et de décision dans l'entreprise, ndlr] dans la formulation des objectifs, la préparation et la formulation de la hausse des prix. Un manager sur quatre pense plutôt à inclure une clause d'indexation des prix dans les contrats pour les augmentations extraordinaires des coûts de matières premières. Enfin, d'autres (21%) appellent à instaurer des surcharges en plus du prix du produit.

Une crise au niveau mondial

Du côté des managers interrogés, la forte croissance de certains secteurs est la cause principale de la hausse des coûts. En effet, ils sont 65% à estimer que la forte croissance de certains secteurs augmente la demande de matières premières au niveau mondial. 52% pensent qu'en raison de la pandémie, les capacités de production n'ont pas retrouvé leur niveau normal.

Pour d'autres (50%), les fournisseurs de matières premières utilisent leur position de force pour augmenter les prix. 31% considèrent que les confinements successifs et les mesures d'hygiène plus strictes perturbent les processus logistiques et les activités commerciales. Le haut degré d'incertitude sur les livraisons favorise la constitution de stocks excessifs et une trop forte demande, pensent près d'un tiers des interrogés. Enfin, 21% jugent que la spéculation le long de la chaîne de valeur entraîne une hausse des prix. Leur propre équipe commerciale freine les ajustements de prix par crainte de perdre des opportunités, c'est ce qu'imaginent un quart d'entre eux. En outre, la moitié des interrogés pensent que les fournisseurs tirent parti de la situation actuelle.

Une crise qui en rappelle d'autres...

Face à cette hausse, plusieurs attitudes peuvent être adoptées, conseille Franck Brault. L'associé senior croit que les sociétés devraient développer un travail de préparation et de formation de vente, pour apprendre à gérer l'incertitude des coûts, des marges et l'indisponibilité des produits. Cette crise lui rappelle celle vécue au début des années 2.000, qui concernait également la hausse des matières premières. *"Des enseignes de négoce avaient dû faire sept fois face à une augmentation. C'est terrible pour tout le monde : les négociants, les artisans, la direction commerciale, les constructeurs..."*.

Il recommande ainsi aux entreprises de mener un travail de sécurisation des achats et de contractualisation de leur propre prix de vente. *"Elles peuvent également regarder de façon précise les clauses d'indexation et insérer des conditions de révision de prix, dans le cas de marchés privés"*, avise-t-il. *"En revanche, c'est beaucoup plus compliqué pour les [marchés publics](#)."*

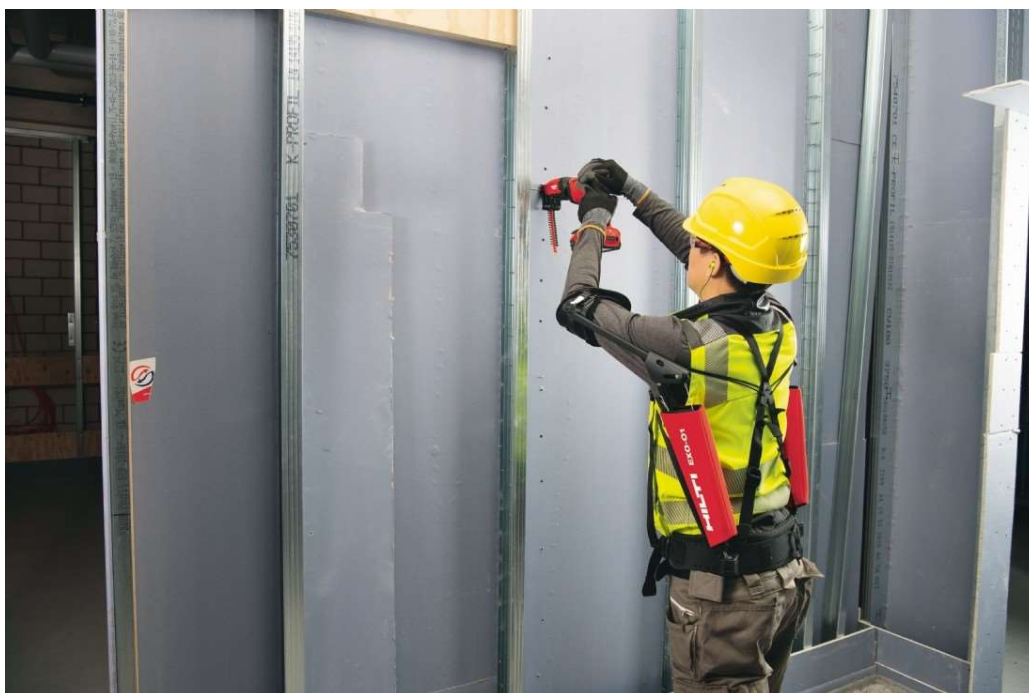
Malgré cette crise, l'expert voit ce phénomène comme une opportunité pour la filière de prendre le sujet à bras-le-corps et de redévelopper ses capacités. *"Notre pays connaît des pénuries de bois alors qu'on possède une énorme surface forestière. Il y a quelque chose qui ne va pas. C'est une opportunité pour la filière bois, qui a de l'avenir, de se redévelopper grâce à sa production locale."*

* Cette enquête a été réalisée par Simon-Kucher & Partners en France, au mois d'août 2021, auprès de 48 décideurs du secteur de la construction et de la technologie du bâtiment. Ils ont été interrogés sur la hausse des prix des matières premières. Parmi les interrogés, 71% des managers travaillent dans une entreprise liée à la production de matériaux de construction ou de technologie du bâtiment. 17% font partie d'une entreprise de construction ou de services de construction. 10% font partie d'un négoce et 2% d'une société de production de produits chimiques pour la construction.

[Télécharger les détails de l'étude](#)

1 - EPI et technologie pour prévenir les risques

En 2018, tous secteurs confondus, le BTP représente encore à lui seul 14 % des accidents du travail, soit un salarié sur 18 selon l'Assurance maladie. Et, les maladies professionnelles liées à la pénibilité au travail augmente de 11,5%.



"Dans le BTP, la baisse tendancielle sur la fréquence des accidents se situe entre - 2 % et - 5 % par an", annonce d'emblée Paul Duphil, directeur général de l'OPPBTBTP (Organisme professionnel de prévention du bâtiment et des travaux publics). Les entreprises appliquent les **bonnes pratiques**, se forment, portent des équipements de protection individuelle (EPI) appropriés... Mais en 2018, tous secteurs confondus, le BTP représente encore à lui seul 14 % des **accidents du travail**, soit un salarié sur 18, selon l'Assurance maladie. Et, les maladies professionnelles liées à la pénibilité au travail - dont les troubles musculo-squelettiques (TMS) sont la première cause - augmentent, elles, de 11,5 %.

Dans le bâtiment, "les métiers les plus exposés sont les couvreurs et ceux de la charpente métallique en raison des risques de chutes de hauteur", précise Paul Duphil. "Le gros oeuvre est aussi concerné par la présence d'engins, de matériels lourds et encombrants, de machines coupantes."

Avec des modes de technicité différents, les métiers du second oeuvre sont moins touchés, *"comme les peintres, car leurs conditions de mouvements sur le chantier sont proches de celles de l'utilisateur final. Néanmoins, ils connaissent aussi des situations à risque comme la rénovation d'une cage d'escalier"*, illustre le dirigeant. Il faut donc **se prémunir**, quel que soit le métier.

Document unique d'évaluation des risques : une obligation

Le prérequis ? *"Commencer par analyser les risques, en y associant ses compagnons afin que chacun en ait conscience et se met d'accord pour les éviter. Les mesures varient ensuite en fonction des métiers et de la taille de l'entreprise"*, reprend Paul Duphil. Cette évaluation prend la forme du **document unique d'évaluation des risques** (DUE) obligatoire. Numérique de préférence pour faciliter son suivi et sa mise à jour, *"il est une pièce maîtresse du dispositif de prévention de l'entreprise, précise le directeur général. Son élaboration implique tous les collaborateurs et son suivi doit être continu"*.

L'OPPBTP dédie d'ailleurs un **outil en ligne** pour les petites entreprises artisanales, baptisé MonDocUnique Prem's. Visant à repérer les risques pour prioriser les **mesures de prévention**, *"il permet d'accéder à une méthodologie simplifiée par grande famille de métier"*. Autre recommandation : *"maintenir une animation dans l'entreprise aussi petite soit-elle afin que la conscience du risque reste dans l'esprit chacun. L'accident est rare. Mais en général la chute arrive parce qu'on a pris l'habitude de se mettre en situation de risque"*, rappelle le directeur général. Sachant que les **règles de santé et de sécurité** dans l'entreprise, émanent du titre IV du Code du travail. Il dispose notamment *"que le premier principe est de supprimer la situation de risque si on le peut. Un autre principe, cette fois de prévention, est de privilégier les protections collectives aux protections individuelles"*, précise Paul Duphil. Mais qui n'en reste pas moins essentielles.

Des EPI bien intégrés

Vêtements professionnels, EPI, chaussures de chantier, gants, ils sont de plus en plus techniques, confortables, *"et bien intégrés par leurs utilisateurs, car les fabricants ont réalisé des efforts pour leur donner un look plus sympathique"*, note Paul Duphil. Du chantier à la ville, il n'y a qu'un pas. *"Si la protection oculaire est standardisée, c'est moins le cas pour les protections auditives et contre les poussières encore à améliorer, d'autant qu'il n'y a pas que l'amiante"*, continue le dirigeant.

Quant à l'emblématique **casque de chantier**, il n'est pas essentiel à tous les métiers du second oeuvre. Néanmoins, comme le souligne Paul Duphil, *"les jeunes générations ont une conscience plus aiguë que leurs aînés des enjeux de gestion au sens large. Y compris parce que la concurrence s'exprime désormais différemment face à l'émergence de certaines plateformes. Si les petites entreprises sont surtout présentes sur le marché de la rénovation qui fonctionne par le bouche-à-oreille, l'exigence des clients va aussi croissante au fil du temps"*. Avec des attentes au niveau des comportements commerciaux de responsabilité, à l'image de l'éco-gestion, et où la sécurité démontrée peut être différenciante. Voire porter l'image de l'entreprise à l'image des nouvelles technologies qui se diffusent, en améliorant la sécurité et en réduisant la pénibilité.

Objets connectés et nouvelle techno : sécurité et même rentabilité

Investir dans du matériel, aménager ses ateliers, mieux organiser ses chantiers, préviennent les accidents, les affections... et les pertes économiques. En incluant les coûts directs et indirects, les conséquences financières des accidents du travail et des maladies professionnelles dans les métiers de la construction peuvent être estimées à 5 % du coût des ouvrages bâtis, selon l'Assurance maladie. D'après une étude menée par l'OPPBTP, rien que le fait de former à la santé et sécurité au travail (SST) donne un rendement moyen de 2,20, qui est même supérieur à 3 dans les TPE.



Sachant qu'aujourd'hui **sécurité** rime aussi avec **objets connectés**. À l'instar de ces semelles, également vibrantes, pour informer leur propriétaire du port de charges trop lourdes, de l'approche d'un engin de chantier, ou de l'entrée dans une zone à risques. Géolocalisées, elles détectent aussi une chute de plain-pied et alertent pour faciliter l'intervention des secours. Une réponse pertinente, par exemple, lors de chantiers hivernaux où pluie, neige et gel augmentent les risques de chute. Si ces derniers doivent être préparés en fixant les limites de sécurité applicables, et en prévoyant des vêtements adaptés aux intempéries, conformes aux normes de sécurité en vigueur, des parkas 2.0 émergent aussi pour affronter des conditions extrêmes. Chauffantes, visibles à 250 mètres grâce à des Leds, elles peuvent savoir où se trouvent les collaborateurs afin d'avertir par une alarme en temps réel si l'un d'eux chute. À côté de ces EPI connectés, d'autres nouvelles technologies émergent.

En rénovation, les **drones** assurent la réalisation de diagnostics dans des zones difficiles d'accès ou dangereuses. Certains se dotent même de vaporisateur pour démousser des toits là où seul un compagnon perché sur une nacelle ou un échafaudage pouvait intervenir. Une nouvelle technologie qui en gardant les hommes au sol, apporte sécurité, rapidité et économie quand il n'y a plus d'échafaudages à installer. Dernier arrivé sur les chantiers, à se procurer à l'achat ou à la location : l'exosquelette. Un équipement passif et sans batterie qui réduit de 47 % les pics de contrainte exercés sur les muscles des bras et des épaules. Une innovation de rupture qui démontre que la sécurité sur le chantier comme son corollaire essentiel de confort au travail ne cessent de s'améliorer. À condition d'en intégrer toutes les composantes... Même les plus basiques : *"alors que, l'année 2020 a été celle de l'hygiène, il reste encore une vraie offre pour sécuriser le personnel qui n'est pas assez mise en avant : celle de leur mettre à disposition des lieux d'aisances avec au minimum un point d'eau pour se laver les mains"*, conclut Paul Duphil. Surtout quand hygiène aujourd'hui rime aussi plus que jamais avec sécurité, pas seulement sur les chantiers.

En chiffres

21 %

des accidents concernent le tronc, 19 % les membres inférieurs, 12 % les membres supérieurs, et 4 % la tête. Le BTP est le seul secteur d'activité où le risque n'est pas limité à une seule partie du corps.

Source : Generali



+ 0,6 %

c'est la hausse du nombre d'accidents du travail en 2019 par rapport à 2018. Une hausse imputable à l'augmentation de 2 % du nombre de salariés. La fréquence des accidents de travail établie à 33,5 pour 1 000 salariés est en légère diminution, à un niveau stable et surtout bas.

Source : Assurance Maladie - Risques Professionnels.

2 - Sécurité : jusqu'à 25 000 euros de subvention pour les TPE et PME

Bâtir+, Echafaudage+, Stop Amiante... Inventaire des aides proposées dans toutes les régions dans le secteur du BTP.



Si votre entreprise emploie moins de 50 salariés, dépend du régime général, et que vous souhaitez mettre en place des **mesures de santé et sécurité au travail**, le réseau de l'Assurance maladie - Risques professionnels accompagne financièrement les actions de prévention. Des subventions peuvent aider à mettre en place des actions pour réduire l'exposition des travailleurs à des risques fréquents et importants : mal de dos, troubles musculo-squelettiques (TMS), chutes de hauteur, exposition à des produits chimiques dangereux, etc. Cette offre comprend un ensemble d'aides proposées dans toutes les régions et adaptées aux différents secteurs d'activité, et des aides spécifiques à certaines régions. Parmi celles-ci pour le BTP :

- **Bâtir+** : pour aider à financer l'achat d'équipements adaptés sur les chantiers, pour réduire l'exposition aux risques de chutes et de TMS : dispositif de protection de trémies, passerelles de chantier, plateforme à maçonner, bungalow de chantier mobile autonome, isolé et chauffé...

- **Échafaudage+** : pour aider à financer de nouveaux matériels de montage et démontage en sécurité (échafaudage de pied admis à la marque NF, échafaudage roulant admis à la marque NF, limité à trois unités).

- **Filmeuse+** : pour prévenir des risques de chutes et troubles musculo-squelettiques.

- **Soudage + sûr** : pour diminuer l'exposition des salariés ayant des activités de constructions métalliques à des particules submicroniques et des gaz contenus dans les fumées.
- **Stop Amiante** : pour financer l'achat d'équipements adaptés pour réduire les expositions aux fibres d'amiante.
- **TMS Pros Action** : pour financer l'achat de matériel et/ou d'équipements pour réduire les contraintes physiques et pour réaliser des formations visant à prévenir les TMS.

Pour plus d'infos : www.ameli.fr/entreprise/sante-travail/aides-financieres-tpe/subventions-prevention/subventions-prevention

3 - 5 étapes pour réduire les accidents



1- Formez : se former et former ses salariés est un gage de sécurité et un moyen privilégié de développer les compétences et d'améliorer la performance globale de son entreprise. En tant que chef d'entreprise plusieurs formations vous concernent : travaux en hauteur, électricité, amiante, conduite d'engins et d'appareils de levage. Sans oublier qu'à toute nouvelle embauche, intérimaires, apprentis et stagiaires y compris, la formation générale à la sécurité est obligatoire. À renouveler à chaque changement de poste, ou de technique de travail ou après un arrêt de travail de plus de 21 jours à la demande du médecin de travail.

2- Évaluez : en identifiant les risques spécifiques à chaque chantier, la mise en oeuvre d'une action de prévention sera plus adaptée : risques routiers, travail en hauteur, charges lourdes à porter, présence de poussière...

3- Identifiez : la majorité des décès sont liés aux risques de chute de hauteur, qui représentent 18 % des accidents de travail. Près d'un sur deux est des risques de manutention et un sur cinq, liés aux mauvaises conditions de circulation, synonymes de chutes de plain-pied. 5 % sont des accidents de trajet. Les machines utilisées sur chantier, électroportatives manuelles ou pneumatiques présentent un risque de blessures : 16 % des accidents du secteur.

4- Anticipez : organiser son chantier en amont, évite les urgences, et les mauvaises préparations, sources de risque. Impliquez les compagnons autour d'un référentiel commun de bonnes pratiques mais aussi le maître d'ouvrage, le maître d'oeuvre, et les autres corps d'état pour limiter les risques liés à la co-activité.

5- Équipez : les compagnons doivent porter leurs EPI à tout instant et les entretenir correctement avec parmi les plus courants, le casque, les chaussures de sécurité, les gants, les gilets de visualisation, les lunettes, les équipements respiratoires adaptés type masques à cartouches, les protections auditives adaptées à chaque type de bruit, les vêtements de protection.

Des sites à consulter :

- CAPEB (Confédération de l'artisanat et des petites entreprises du bâtiment)
: www.capeb.fr
- Fafcea (Fonds d'assurance formation des chefs d'entreprise artisanale)
: www.fafcea.com
- FFB (Fédération française du bâtiment) : www.ffbatiment.fr
- Iris-ST (santé et sécurité au travail des artisans) : www.iris-st.org
- OPPBTP (Organisme professionnel de prévention du bâtiment et travaux publics)
: www.preventionbtp.fr



Olivier Salleron, président de
la FFB. © Arthur Maia
le 14/09/2021

<https://www.batiactu.com/edito/batiment-veut-optimiste-craint-tresorerie-62531>

CONJONCTURE. *En cette rentrée 2021, la Fédération française du bâtiment parle d'une relance économique "bridée" pour le secteur. La maison individuelle redresse nettement la barre, l'amélioration-entretien remonte la pente. Mais les difficultés de recrutement et d'approvisionnement en matériaux menacent à terme la santé financière des entreprises.*

La reprise économique est là, mais elle n'est pas suffisante. Indéniablement et fort logiquement, le premier semestre de l'exercice 2021 enregistre une nette hausse de l'activité dans le secteur de la construction en comparaison à celui de 2020. Mais on est encore loin du niveau d'avant-crise sanitaire, si l'on en croit la Fédération française du bâtiment (FFB).

La maison individuelle redresse nettement la barre avec une progression de 4% des mises en chantier, de 18,3% des délivrances de permis de construire et de 16,3% des ventes. *"La dynamique du logement neuf constitue la très bonne surprise du premier semestre. Les évolutions ressortent bien plus positives que prévu",* note Olivier Salleron, le président de la FFB. Qui se dit toutefois vigilant sur le "Zéro artificialisation nette" (ZAN), la Réglementation environnementale 2020 et les futures recommandations du Haut conseil de stabilité financière (HCSF), qui influence les politiques des banques en matière d'octrois de crédits. *"La volonté de nos concitoyens d'avoir une maison avec un bout de jardin se confirme avec une tendance au Covid long. En revanche, certes les mises en chantier se redressent, mais il s'agit avant tout d'un effet de report des projets qui ont été retardés en 2020",* poursuit Olivier Salleron. *"La fin d'année 2021 et le début d'année 2022 resteront incertains. On attend aussi les premières conclusions de la mission Rebsamen le 20 septembre puis le 20 octobre."*

Ma prime rénov' et les CEE boostent les travaux de rénovation énergétique

La relance se fait également sentir sur le segment de l'amélioration-entretien, dont le chiffre d'affaires global reste certes inférieur d'environ 5% à son niveau des six premiers mois de 2019. Les chantiers de rénovation énergétique de logements, boostés par les très bons résultats de Ma prime rénov' et les [Certificats d'économie d'énergie](#) (CEE), engrangent néanmoins 4,1%. Ce qui devrait permettre à l'ensemble du segment de renouer avec son volume d'activité d'avant-crise, *"surtout si l'effet des 4.214 projets de rénovation énergétique des bâtiments d'État retenus dans 'France relance' s'amplifie"*, note la FFB. *"L'amélioration-entretien déçoit ; toutefois la rénovation énergétique tient ses promesses, grâce au redéploiement de Ma prime rénov'"*, analyse de son côté son président, qui ajoute que *"la rénovation énergétique dans le non-logement reste donc encalminée"*.

En revanche, moins bons sont les chiffres des logements collectifs et des bâtiments non-résidentiels : les premiers ont vu leurs mises en chantier augmenter de 3,5% sur deux ans, mais c'est la résultante des reports de projets qui n'ont pas pu être lancés en 2020. Permis et ventes des logements collectifs dégringolent par contre de presque 7%. *"Le blocage réside dans la délivrance des permis de construire"* confirme Olivier Salleron, bien que cette situation ne s'observe que dans les grandes agglomérations. *"De fait, le rapprochement des sept premiers mois de 2019 et 2021 révèle une chute de 11% du collectif en zone A, Abis et B1, alors qu'il progresse de 21% ailleurs et que l'individuel se redresse partout"*, analyse la fédération. Qui constate aussi avec *"inquiétude"* que *"tous les segments du marché"* du non-résidentiel neuf *"continuent de fortement reculer sur deux ans, y compris la commande publique"*.

Le contexte économique risque d'assombrir le bilan de l'année

Sur la base de ces indicateurs, la FFB révisé donc ses prévisions formulées en début d'année et table désormais sur une baisse de 5% de l'activité du secteur sur l'ensemble de l'exercice 2021 par rapport à celui de 2019. Dans le détail, le neuf reculerait de 8,1%, le logement de 5%, le non-résidentiel de 12,4% et l'amélioration-entretien de 2,9%. En comparant aux volumes d'activité du premier semestre 2019, les six premiers mois de 2021 accusent -8,6% pour le neuf, dont -7% pour le logement et -10,8% pour le non-résidentiel, et -4,8% pour l'amélioration-entretien, soit -6,3% pour l'ensemble de la filière. Et ce, même si les carnets de commandes sont présentés comme remplis et les perspectives, très bien orientées.

Car le contexte économique reste pour le moins très incertain : les difficultés d'approvisionnement en matériaux, voire les [pénuries](#) de certains produits, se poursuivent, avec des prix qui augmentent encore en ce mois de septembre, notamment pour le bois, le PVC et l'acier. *"Pour l'heure, les entreprises font le dos rond, parfois dans un effort partagé avec les donneurs d'ordres"*, juge la fédération. Ce qui n'empêche pas une certaine désorganisation des chantiers, avec parfois des retards à la clé, des problèmes pour répondre aux appels d'offres, ainsi que des marges et des trésoreries qui se dégradent. Les professionnels ne voient pas d'amélioration avant au moins la fin de l'année, notamment pour le bois. Un sujet qui interpelle d'ailleurs le bâtiment :

"Nous attendons que la filière bois se restructure un peu plus puisque les matériaux biosourcés prévalent dans la RE2020. Or, si à la moindre secousse du marché nous sommes en pénurie, nous ne pourrions pas appliquer de nouvelles normes avec des matériaux que nous n'avons pas." -Olivier Salleron

Attirer les candidats

Et pourtant, preuve que la situation économique et le marché de l'emploi sont relativement décorrélés, environ 70.000 postes ont été créés dans le secteur au cours du premier semestre 2021. Un *"hiatus"* qui s'explique par la très bonne tenue des carnets de commandes, faisant de la construction le seul secteur d'activité économique à afficher des hausses d'effectifs. Tout n'est cependant pas gagné : *"Cette situation n'est pas durable et pourrait s'aggraver si rien n'est fait dans l'avenir, car les entreprises ont très peu de réserves"*, prévient Olivier Salleron.

Des réserves qui seront peut-être amenées à grossir grâce au *"succès"* de l'opération *"Jeunes talents bâtisseurs"*, qui a déjà permis de recruter près de 10.000 jeunes, demandeurs d'emploi et stagiaires principalement venus des quartiers difficiles, *"y compris en zone rurale"*. L'insertion de réfugiés en situation régulière permet également de fournir des bras à la filière. *"Ce qui veut dire que nous pouvons trouver de la main-d'œuvre"*, souligne le patron de la FFB, avant de préciser : *"Les artisans ne prennent des apprentis que si et seulement si leur carnet de commandes est bien rempli"*.

Évidemment perçue comme *"une très bonne chose"*, [la prolongation des aides à l'embauche de jeunes en apprentissage annoncée par le Premier ministre Jean Castex](#) ne doit pas pour autant dédouaner le rôle des entreprises : *"À nous aussi d'être beaucoup plus malins, attractifs pour les jeunes adultes, en communiquant sur l'intelligence artificielle, l'innovation dans nos métiers. L'image du secteur a peut-être changé après le Covid, avec une reprise rapide et résiliente, et des métiers qui rémunèrent bien. L'ascenseur social fonctionne dans le bâtiment"*, plaide Olivier Salleron. À la veille du lancement d'une campagne nationale en faveur des métiers du bâtiment, la FFB insiste une nouvelle fois auprès de ses adhérents pour développer l'apprentissage.

Une *"Ma prime RE2020"* sous forme de subvention ?

"Pour éviter un crash de l'emploi décalé dans le temps et pallier le choc des matériaux", ce dernier demande par ailleurs de procéder à une indexation généralisée des marchés et au gel des pénalités de retard sur tous les marchés - qui ne s'applique pour l'heure que pour celui des [marchés publics](#). Dans le cadre du projet de loi de Finances 2022, le bâtiment souhaiterait en outre que l'État prenne intégralement en charge l'activité partielle en cas de problème d'approvisionnement handicapant pour l'entreprise.

En parallèle, le secteur rappelle les propositions qu'il a porté auprès de la commission Rebsamen pour relancer le logement collectif neuf, particulièrement en zone tendue : la mise en place d'une instance de médiation sur les refus de permis, des mesures spécifiques pour accélérer le traitement des contentieux portant sur ces mêmes refus de permis, des contre-parties financières ou urbanistiques en cas de surcoûts identifiés et l'instauration du permis déclaratif. S'agissant de l'individuel neuf, la FFB souhaite aussi introduire une *"possibilité de modulation locale"* dans le ZAN. Afin de ne pas casser la dynamique de la rénovation énergétique, les professionnels demandent également à ne plus modifier *Ma prime rénov'* et les CEE, ainsi que la mise en place d'un accompagnement financier pour pallier les surcoûts engendrés par la RE2020. Celui-ci pourrait se traduire par un crédit d'impôt sur les amortissements d'emprunt dans le neuf ou *"pourquoi pas par une Ma prime RE2020"* sous forme de subvention, indique Olivier Salleron.

