

Au premier semestre, la consommation a plongé, selon l'Insee. Mais les grandes surfaces alimentaires résistent très bien grâce à la guerre des prix ; le bricolage permet à l'équipement de la maison de se maintenir ; et l'équipement de la personne repart un peu, après une année désastreuse. Et surtout, les Français semblent avoir moins peur d'acheter.

La conso peine à rebondir

LES CHIFFRES DE L'INSEE

L'alimentaire plombe la tendance

Ventes en Mrds €, CAM à fin mai 2014, et évolution, en %, versus mai 2013

	En %	
Alimentaire	- 1,1	15,75
Équipement de la maison	+ 8,3	4
Équipement de la personne	+ 2,9	3,94
Autre	+ 0,3	5,99
Carburants	- 6,3	4,46

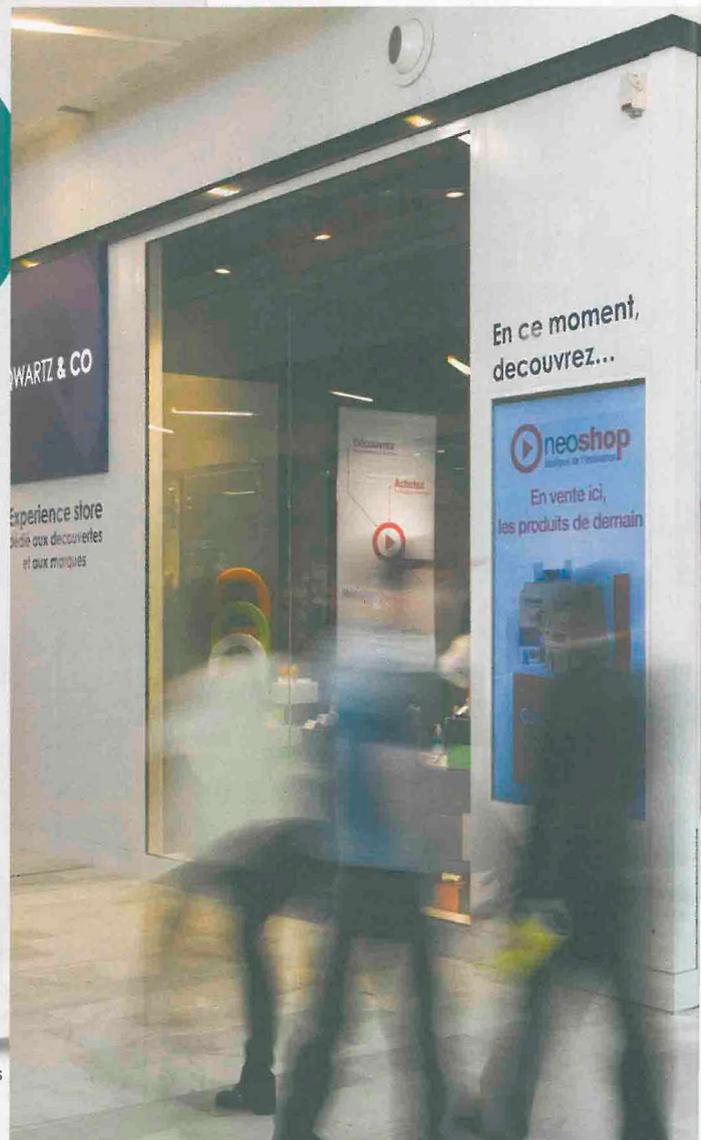
489 Mrds €

Le chiffre d'affaires réalisé par le commerce de détail en 2013. Il ne devrait pas évoluer beaucoup en 2014

En mai, le secteur du non-alimentaire se reprend très fortement, surtout dans l'équipement de la maison, l'habillement restant peu dynamique. Mais les Français taillent beaucoup dans leur budget alimentation.

L'AVIS DE LSA

Pour la première fois, au premier trimestre, la consommation, en recul de 0,5 %, a contribué à faire chuter le PIB, désormais à 0 %. Et pourtant, les achats en magasins ne faiblissent pas : la guerre des prix donne du pouvoir d'achat et nourrit les ventes ; et la baisse des ventes de voitures et de logements laisse aussi de l'argent pour les besoins quotidiens, les petits plaisirs ou le bricolage. Et on commence à voir un rebond dans de nombreux secteurs à la fin du deuxième trimestre.



Avec la hausse drastique des impôts sur les ménages à faibles revenus, les classes moyennes et les familles, un pouvoir d'achat en berne, un chômage coincé à 10 % des actifs et la hausse de la TVA, de nombreux économistes s'attendaient à un premier semestre désastreux, avant un éventuel rebond au second semestre. Pour partie, ils se sont trompés. Certes, la consommation, selon l'Insee, a plongé de 0,5 % au premier trimestre, du jamais vu, mais grâce à la chute des prix dans pratiquement tous les secteurs – y compris la téléphonie –, les Français ont pu retrouver un pouvoir d'achat inattendu et en forte croissance. Et ils s'en servent. Même si la consommation peine à rebondir, dans de nombreux secteurs, les ventes repartent un peu, et le climat s'éclaircit.

Les Français pourraient retrouver l'envie de fréquenter les magasins grâce au regain du pouvoir d'achat.

La courbe d'anticipation de pouvoir d'achat établie par Viaoice indique, par exemple, que 65 % des Français étaient persuadés, en mai 2013, que leur pouvoir d'achat allait diminuer. Un an plus tard, ils ne sont plus que 53 % à le penser. « *La principale crainte reste la hausse des impôts, mais elle baisse d'intensité*, analyse Irina Tshelnakova, directrice conseil de Viaoice. *Il y a deux ans, cet item n'existait même pas ! Les Français craignaient la hausse du prix du carburant ou de l'alimentation, mais, aujourd'hui, l'instabilité fiscale est devenue le sujet majeur.* »

Baisses des dépenses contraintes

Autre raison de l'embellie du commerce de détail, la chute des ventes de voitures, de l'immobilier, ainsi que la baisse du prix de l'essence, ce qui allège les dépenses contraintes. « *L'automobile fait très vite basculer les chiffres de l'Insee* ■ ■ ■ ■

LES CHIFFRES DE VIAOICE

La peur de l'impôt reste vivace



« Quelles sont les prochaines dépenses qui vous préoccupent le plus pour votre pouvoir d'achat ? » (en %)

Depuis deux ans, l'item « impôts » arrive en tête des préoccupations de pouvoir d'achat des Français, avant toute autre dépense, y compris celles dites « contraintes », comme l'électricité ou le carburant.

L'AVIS DE LSA

Les chiffres de juin de l'institut de sondage sont très éclairants pour

les trois mois à venir : si les feuilles d'impôts, que l'on promet salées pour septembre, ne viennent pas casser leur moral, les Français sont prêts à consommer. Ils sont de moins en moins inquiets pour leur pouvoir d'achat : les hausses du prix du carburant et de

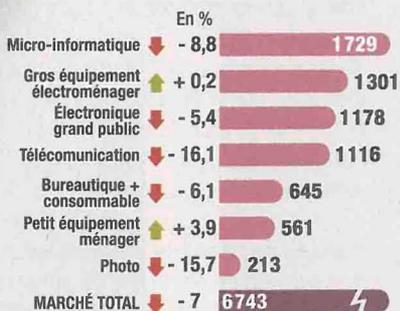
l'alimentation ne sont plus d'actualité. Reste les impôts. Les annonces politiques en la matière auront beaucoup d'importance.

53%
Le pourcentage de Français qui croient à une diminution de leur pouvoir d'achat dans les trois mois à venir, contre 56 % le mois précédent



LES CHIFFRES DE GFK

La déflation se poursuit



Ventes d'équipement de la maison, en M€, au premier trimestre 2014, et évolution vs 2013, en %
Le secteur a été particulièrement exposé au cours des trois derniers mois, après une année déjà difficile.



11,5 Mrds€
Le CA des produits connectés, 5 par foyer, en forte croissance

L'équipement du foyer se renouvelle grâce aux appareils connectés.

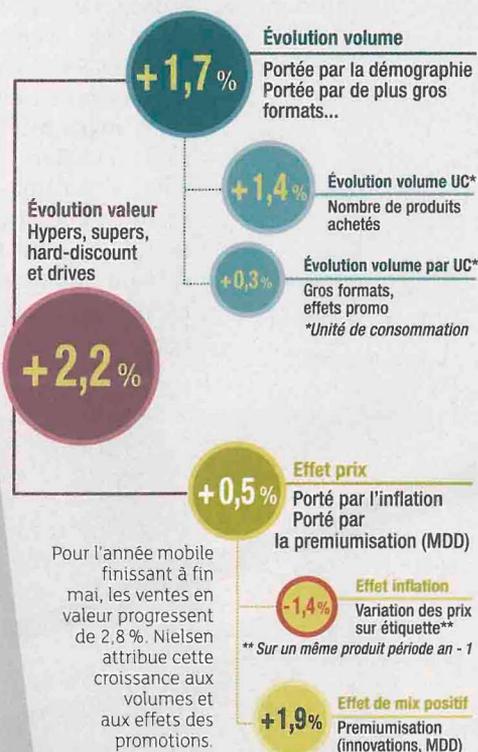
L'AVIS DE LSA

Les chiffres du premier trimestre sont sans doute plus mauvais que ceux du semestre : avec la Coupe du monde, les ventes de téléviseurs se sont redressées, par exemple. Mais le taux de croissance des ventes de tablettes ou portables fléchit, et le home cinéma n'est plus à la mode...

LES CHIFFRES DE NIELSEN

La croissance vient d'un effet

Évolution des ventes de PGC, en %, CAM à fin juin 2014 vs 2013, et décomposition par croissances en volume et par effets connexes, en %



selon qu'il y a des primes à la casse ou pas, ajoute Jacques Dupré, directeur chez Iri. La baisse de la consommation au premier trimestre lui est imputable, mais il y a un phénomène de vases communicants au bénéfice de la consommation quotidienne. Et j'observe que les variations sur l'alimentaire restent faibles sur le long terme. En revanche, le non-alimentaire en GSA est très concurrentiel par les magasins spécialisés et internet. Et on arbitre peu sur les PGC, mais plus sur l'habillement ou l'équipement ! L'un des grands enjeux de la distribution alimentaire consistera à gérer la chute du non-alimentaire. »

Les Français jonglent avec les catégories

Chez Nielsen, les statistiques établies depuis le début de l'année en GSA montrent une croissance du chiffre d'affaires des PGC de 2,2 %. Ce qui ne s'apparente pas à une situation de crise. En fait, en raison de la chute drastique des prix, jusqu'à 5,8 % en juin sur les très grandes marques, les

HABILLEMENT

+2,5%
L'évolution des ventes des enseignes de la Fédération des enseignes de l'habillement (FEH) depuis janvier
Source: FEH

BRICOLAGE

+4,8%
Depuis janvier, le bricolage est l'un des rares secteurs à conserver une vraie croissance en GSS
Source: Unibal

Français jonglent avec les catégories, montent en gamme ou achètent de plus grandes quantités. Ce qui a pour effet de modifier la structure des ventes entre les marques, les MDD et les premiers prix, au détriment des deux derniers. Dans le non-alimentaire spécialisé, les chiffres s'améliorent aussi. « En cumul à date à fin mai, la croissance est de plus de 2 %, observe Jean-Marc Génis, président de la Fédération des enseignes de l'habillement (FEH). Mais après deux années désastreuses, qui ont laissé beaucoup d'enseignes en difficulté ! » Chez Procos, qui regroupe 260 enseignes réalisant près de 100 milliards d'euros en centres-villes et en galeries commerciales, même tonalité: « Nous aurons enfin un premier semestre positif, après plusieurs négatifs consécutifs, précise Michel Pazoumian, son délégué général. L'indice que nous avons peut-être touché le fond ? Reste

LES CHIFFRES DE PROCOS

Le commerce spécialisé se ressaisit

Après sept ans de crise, le commerce spécialisé a peut-être touché le fond. Mais il ne retrouve pas encore ses chiffres de 2007.



© SYLVIE HUMBERT

+4%

L'évolution du CA des PGC en hypermarchés, contre -1% pour les supermarchés, (CAD au 15 juin)

+3,9%

La progression d'indice d'activité entre mai 2013 et mai 2014

La Fédération du commerce spécialisé s'attend à un premier semestre positif, après deux années successives en négatif (-1,2% en 2013 et -0,6% en 2012).

+1,6%

La progression des 5 premiers mois de l'année cumulée, vs 2013

L'AVIS DE LSA

Cette reprise se réfère cependant à un historique défavorable. Au premier rang duquel la météo hivernale du printemps 2013. A contrario, le temps clémente de cette année a spécialement « dopé » le textile. Et l'hygiène-beauté confirme sa résistance. En revanche, l'équipement de la maison, déprimé par la baisse de la construction et du logement, souffre. Un effet Coupe du monde sur les ventes de télé pourrait ponctuellement sortir le secteur culture-loisirs de sa maladie de langueur.

mix positif

L'AVIS DE LSA

Avec ce tableau, Nielsen lève le mystère sur un paradoxe : alors que tout le monde se plaint de la dureté du marché,

les ventes en valeur s'envolent en grandes surfaces. L'explication tient pour partie « à la premiumisation ». Avec la baisse des prix, les clients passent à l'achat d'une qualité supérieure.

Et ils achètent, en plus grande quantité, des produits en promotion, comme on l'a vu avec les promos massives dans le DPH en mai.

qu'après sept ans de crise, la majorité de nos adhérents déclarent ne pas avoir retrouvé leur chiffre d'affaires de... 2007!

Signes positifs et effet de yo-yo

Dans les centres commerciaux, « nous sentons un déblocage, l'impact psychologique de la crise s'estompe, constate Jean-Michel Silberstein, délégué général du CNCC (744 centres, pour 118 milliards d'euros de CA). Ceux qui le peuvent, qui ont épargné, différé des achats importants, commencent à reprendre leurs modes d'achats habituels. Ajoutez à cela une météo sympa et une agressivité commerciale qui n'a pas fait relâche... Ces signes positifs se sont traduits jusque dans les intentions d'achats pour les soldes d'été, notre sondage montrant que le budget moyen déclaré, de 226 €, est en hausse de 18 € par rapport à 2013 ».

Mais le jeu de yo-yo est permanent. L'effet Coupe de monde le montre. « Nous avons vu des rebonds de 10% dans les ventes en enseignes de sport, et en culture-loisirs, avec les ventes de télé à fin mai,

CENTRES COMMERCIAUX

0%
L'évolution de l'activité des centres commerciaux, CAM à fin mai 2014, vs 2013. Globalement stable, elle devait être positive sur le semestre 2014.

Source: CNCC

E-COMMERCE

55,8 Mrds €
Les ventes de l'e-commerce en 2013, à +11% au premier trimestre 2014

Source: Fevad

ajoute Jean-Michel Silberstein. *Mais il y a aussi des effets perturbants : les surinvestissements peuvent être au final arbitrés en défaveur des budgets soldes. Et lors de ces manifestations sportives, les gens restent chez eux... loin des magasins!* Enfin, des tendances se croisent selon les secteurs. Le chiffre d'affaires du bricolage semble avoir repris de plus belle depuis janvier, mais l'électronique a vu ses ventes chuter drastiquement, y compris dans la téléphonie.

Comment se comportera la consommation au prochain semestre? À coup sûr, la guerre de tranchées entre enseignes ou sites internet, et celle des prix, vont se poursuivre. Cependant, « la confiance des consommateurs revient. Je ne vois pas de raison que le phénomène s'arrête », prédit Jean-Michel Silberstein. « Il n'y a aucune raison que le semestre ne soit pas positif », reprend Michel Pazoumian. *2014 ne peinera pas à être meilleure que 2012, année d'élections, avec plus d'attentisme que d'euphorie, ou que 2013, qui a pâti d'une mauvaise météo.* » ■ SYLVAIN AUBRIL ET DANIEL BICARD