



## Hausse du chiffre d'affaires en fin d'année

Après avoir rebondi au printemps, la croissance de l'activité française s'est essouffée sur la deuxième moitié de l'année 2022, dans un contexte de généralisation de l'inflation. En effet, cantonnées à l'énergie et aux matières premières en 2021, les tensions inflationnistes se sont progressivement élargies à l'ensemble des autres postes de consommation (alimentation, services) en 2022, pesant ainsi sur les achats des entreprises et des ménages. Selon la Banque de France, le chiffre d'affaires de la grande distribution demeure bien orienté cet automne avec un taux de croissance de +2,5% à un an d'intervalle et les ventes du petit commerce progressent moins rapidement, à hauteur de +0,7% en valeur sur la période.

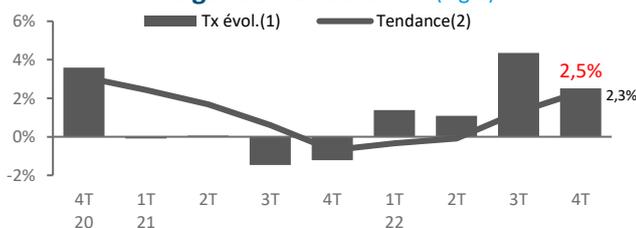
L'augmentation généralisée des prix accompagnée d'un retour de la clientèle en cette période de fêtes de fin d'année ont permis à l'activité du commerce de détail non alimentaire de se ressaisir après avoir légèrement fléchi au cours de la saison estivale. Dans le détail, le chiffre d'affaires s'affiche en hausse de +1,5% entre le quatrième trimestre 2021 et le quatrième trimestre 2022. Sur l'ensemble de l'année 2022, la hausse est plus vigoureuse, avoisinant +3,5% à un an d'intervalle.

Si cette augmentation du chiffre d'affaires se retrouve sur un nombre important de segments, l'inflation n'aura toutefois pas été suffisante pour compenser les tensions sur l'ensemble de la branche. Dans le détail, les maroquineries, les drogueries, les cigarettes électroniques et les commerces de jeux, jouets, modélismes et périnatalité affichent des rythmes de croissance assez soutenus, compris entre +3% et +5% en fin d'année. Bien que plus modérée, la hausse du chiffre d'affaires est également de mise pour les arts de la table et l'équipement du foyer. Dans les autres segments, la fin de l'année aura été moins favorable, notamment pour les commerces d'instruments de musique.

Le début de l'année 2023 pourrait être nettement moins propice à la filière du commerce de détail non alimentaire, la hausse des prix pourrait ne plus suffire à compenser le reflux des ventes. Cette inquiétude s'est propagée à la quasi-totalité des segments, seuls les intervenants de la cigarette électrique font figure d'exception et comptent sur la poursuite du développement de leur marché début 2023.

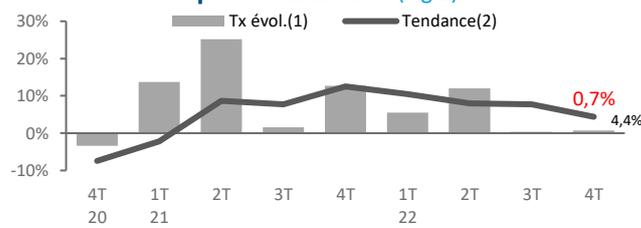
## ENVIRONNEMENT ECONOMIQUE

Évolution du chiffre d'affaires de la grande distribution (Fig.1)



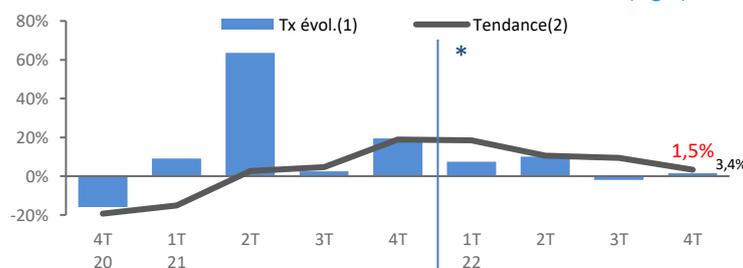
Source : Banque de France

Évolution du chiffre d'affaires du petit commerce (Fig.2)



Source : Banque de France

Évolution du chiffre d'affaires du CDNA (Fig.3)



Source : CDNA/XERFI-Spécific

\*les activités « Cigarette électronique » et « Presse » sont prises en compte à partir du 1er trimestre 2022

(1) Tx évol. : évolution du trimestre par rapport au même trimestre de l'année précédente (en %)

(2) Tendance : évolution des quatre derniers trimestres par rapport à la même période de l'année précédente (en %)

# BRANCHE CDNA

Sources : CDNA / XERFI-Spécific, les estimations Arts de la Table provenant des enquêtes XERFI-Spécific pour le compte du Comité Francéclat

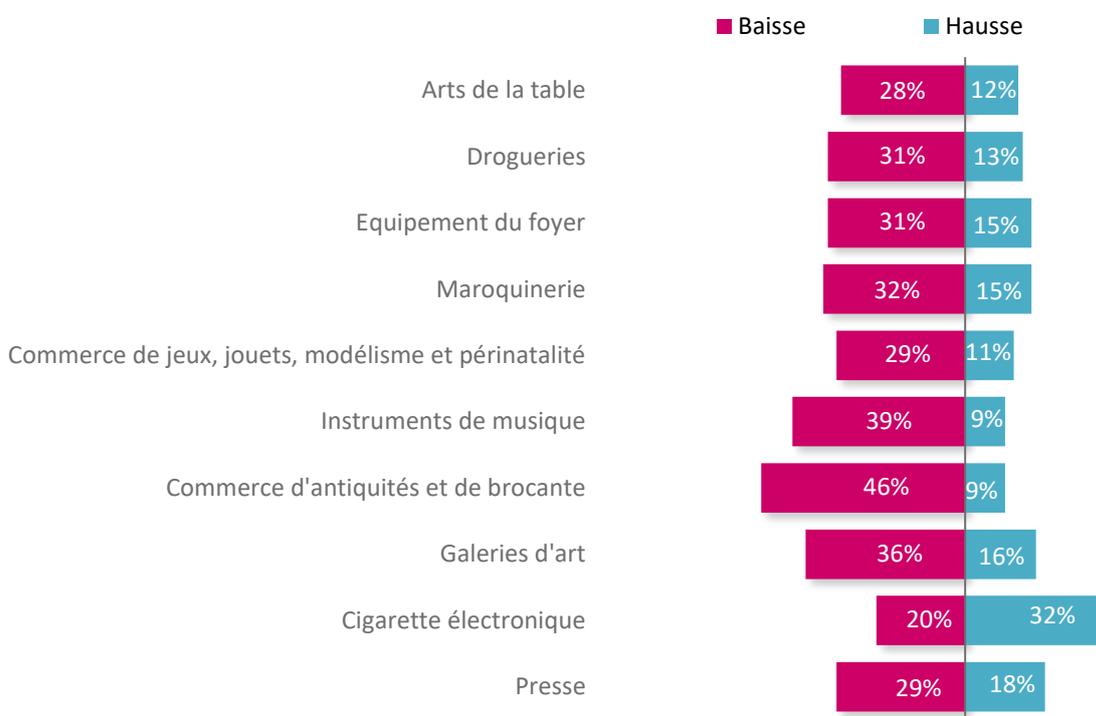
## L'année 2023 s'annonce compliquée

Les relativement bons résultats du commerce de détail non alimentaire observés en cette fin d'année devraient laisser place à un début d'année 2023 plus maussade. Les professionnels craignent que la hausse des prix ne suffise plus à compenser la baisse des volumes. En effet, l'inquiétude des professionnels s'est généralisée à la quasi-totalité des segments de la branche. Si une majorité de responsables interrogés envisage une stagnation, les tenants d'une baisse sont nettement plus nombreux que les tenants d'une hausse.

Comptant sur la poursuite de l'expansion de leur activité dans les prochains mois, les professionnels du secteur de la cigarette électronique font figure d'exception et affichent un bel optimisme pour le début d'année 2023.

Conséquence de ces perspectives peu encourageantes, les responsables d'entreprise se montrent assez frileux en matière d'embauche. Seuls 6,5 % d'entre eux prévoient de recruter cet hiver.

### Anticipations d'activité (Fig.4)



### Intentions de recrutement (Fig.5)



### Détail

Remplacement des effectifs	Accroissement des effectifs	Total (% d'entreprises)
3,0%	2,0%	6,5%

Toute reproduction totale ou partielle du présent document, sans accord préalable des responsables de Xerfi Spécific, est formellement interdite

# ARTS DE LA TABLE

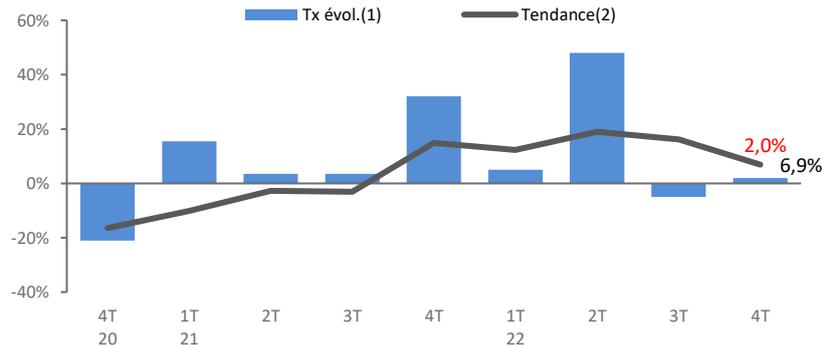
Sources : XERFI-Spécific pour le compte du Comité Francéclat, CDNA / XERFI-Spécific

## L'activité se redresse en fin d'année

Suite à une saison estivale en perte de vitesse, l'activité des arts de la table se redresse en fin d'année 2022. Porté par l'augmentation des prix et donc du panier moyen, le chiffre d'affaires de ce segment a progressé de +2% au quatrième trimestre 2022 par rapport au même trimestre de l'année précédente. Ainsi, l'année 2022 se conclut sur une hausse proche de + 7 % à un an d'intervalle.

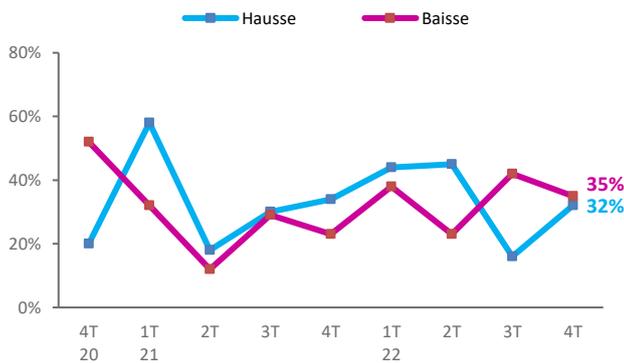
Les professionnels font preuve d'une certaine inquiétude pour les premiers mois de l'année 2023 : s'ils tablent majoritairement sur une stabilisation de leur activité au cours des prochains mois, ils sont plus nombreux à craindre une baisse qu'à miser au contraire sur une hausse. Néanmoins, les intentions d'embauche restent à un bon niveau.

Évolution du chiffre d'affaires (Fig.6)

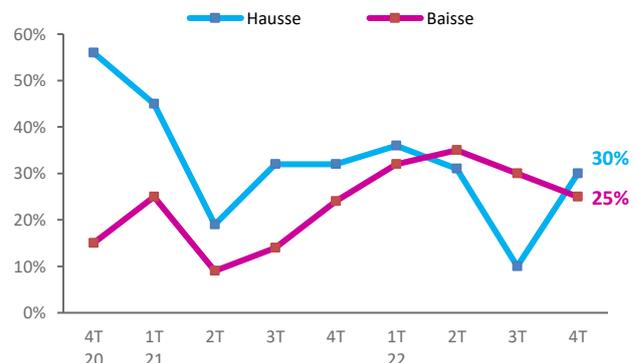


\* donnée provisoire

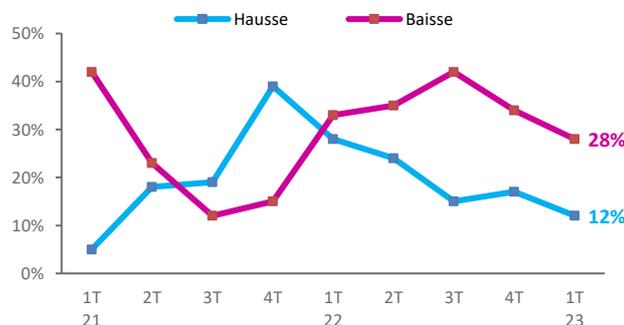
Fréquentation (Fig.7)



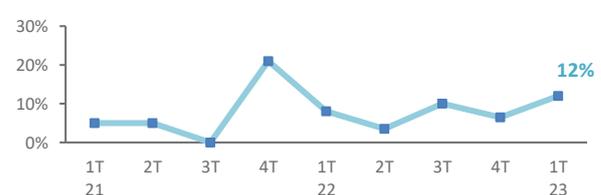
Panier moyen (Fig.8)



Anticipations d'activité (Fig.9)



Intentions de recrutement (Fig.10)



Détail

Remplacement des effectifs	Accroissement des effectifs	Total (% d'entreprises)
5,0%	8,5%	12%

(1) Tx évol. : évolution du trimestre par rapport au même trimestre de l'année précédente (en %)

(2) Tendance : évolution des quatre derniers trimestres par rapport à la même période de l'année précédente (en %)

# DROGUERIES

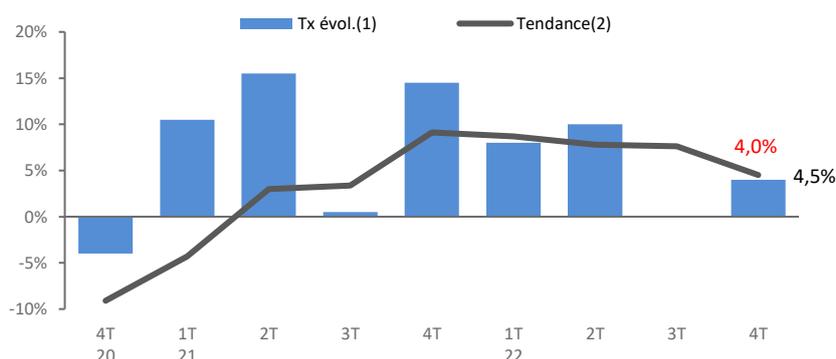
Sources : CDNA / XERFI-Spécific

## Activité dynamique

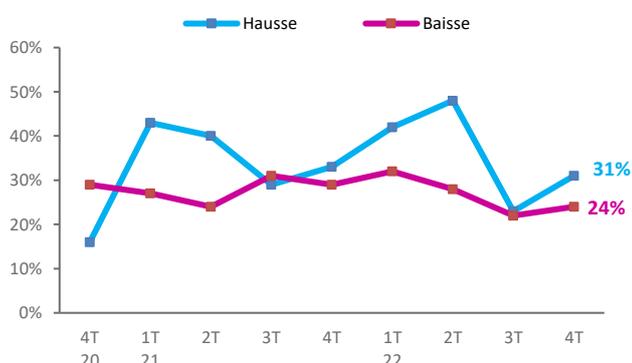
La fin de l'année 2022 a été favorable à l'activité des drogueries. La fréquentation repart à la hausse et le panier moyen reste stable ce trimestre. Ainsi, après un été atone, le chiffre d'affaires s'accroît au cours de l'automne 2022, à hauteur de +4% par rapport à la même période de l'année précédente. La tendance annuelle demeure positive et s'établit à +4,5% à l'issue de l'année 2022.

Ces bons résultats de 2022 pourraient laisser place à un début d'année 2023 nettement plus en demi-teinte. En effet, les professionnels du secteur sont trois fois plus nombreux à appréhender une dégradation de leur activité dans les prochains mois qu'à envisager une amélioration (31% versus 13%). A noter la très grande frilosité des drogueries en matière d'embauche, seul 1% des responsables interrogés prévoit de recruter lors du premier trimestre 2023.

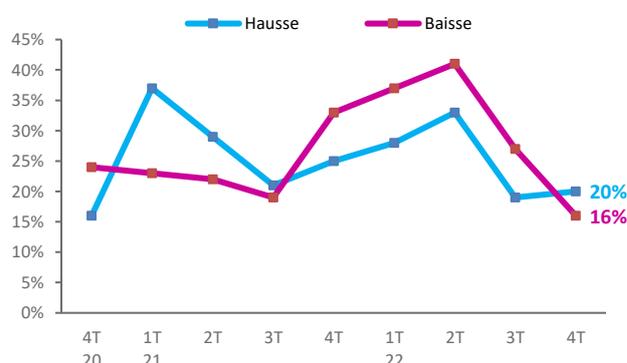
### Évolution du chiffre d'affaires (Fig.11)



### Fréquentation (Fig.12)



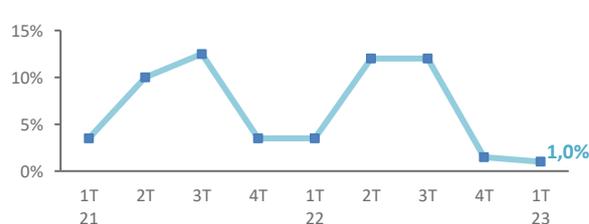
### Panier moyen (Fig.13)



### Anticipations d'activité (Fig.14)



### Intentions de recrutement (Fig.15)



### Détail

Remplacement des effectifs	Accroissement des effectifs	Total (% d'entreprises)
1,0%	0,0%	1,0%

(1) Tx évol. : évolution du trimestre par rapport au même trimestre de l'année précédente (en %)

(2) Tendance : évolution des quatre derniers trimestres par rapport à la même période de l'année précédente (en %)

Toute reproduction totale ou partielle du présent document, sans accord préalable des responsables de Xerfi Spécific, est formellement interdite

# EQUIPEMENT DU FOYER

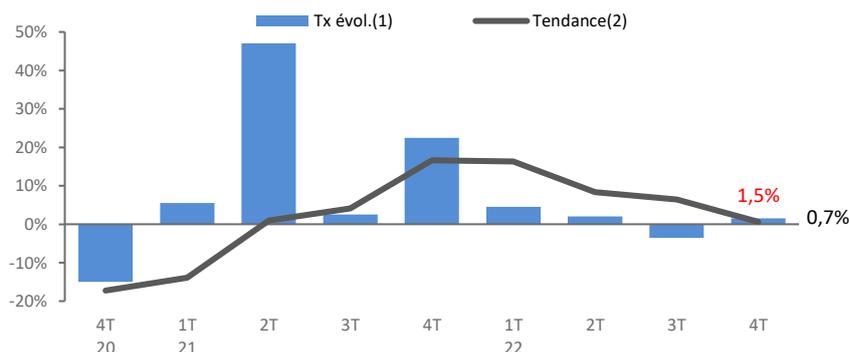
Sources : CDNA / XERFI-Spécific

## Hausse modérée

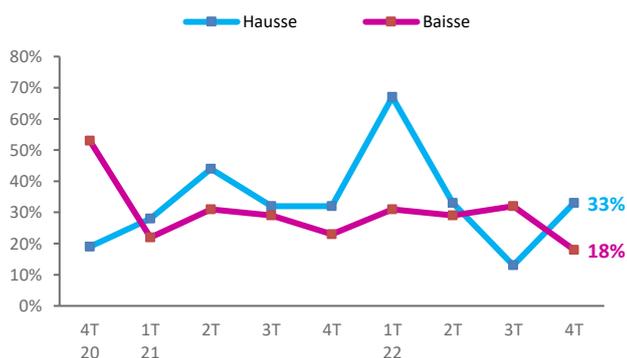
Induit par l'amélioration conjointe de la fréquentation et du panier moyen, le segment de l'équipement du foyer enregistre un léger regain d'activité fin 2022. Le chiffre d'affaires s'affiche en progression de +1,5% entre le quatrième trimestre 2021 et le quatrième trimestre 2022. Sur l'ensemble de l'année 2022, l'activité est frémissante : +0,7% comparativement à 2021.

A l'image des autres secteurs de la filière, les prévisions d'activité ne sont pas non plus très encourageantes pour l'équipement du foyer. En effet, plus de trois professionnels sur dix anticipent un recul de leur activité lors du premier trimestre 2023 contre 15% d'opinion inverse. En matière de recrutement, les perspectives sont également assez maussades, avec moins d'un responsable sur dix qui envisage d'embaucher cet hiver.

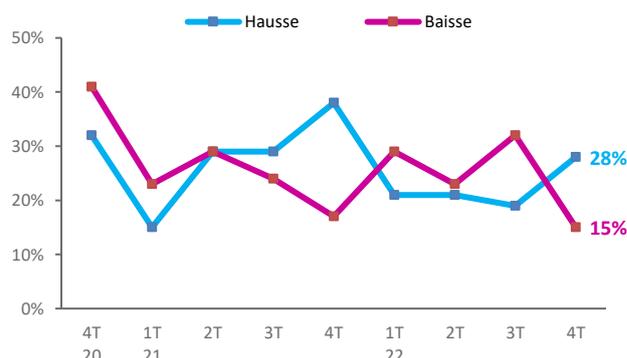
Évolution du chiffre d'affaires (Fig.16)



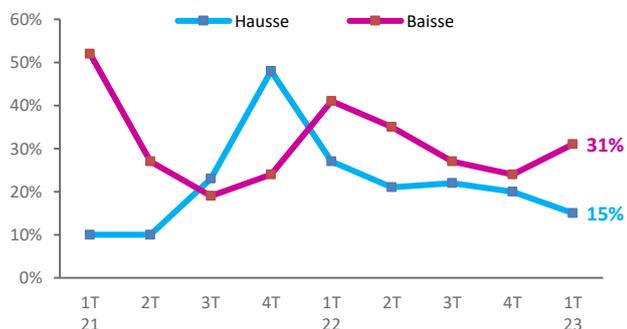
Fréquentation (Fig.17)



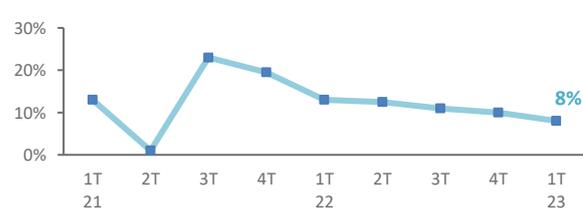
Panier moyen (Fig.18)



Anticipations d'activité (Fig.19)



Intentions de recrutement (Fig.20)



Détail

Remplacement des effectifs	Accroissement des effectifs	Total (% d'entreprises)
5,0%	5,0%	8,0%

(1) Tx évol. : évolution du trimestre par rapport au même trimestre de l'année précédente (en %)

(2) Tendance : évolution des quatre derniers trimestres par rapport à la même période de l'année précédente (en %)

# MAROQUINERIE

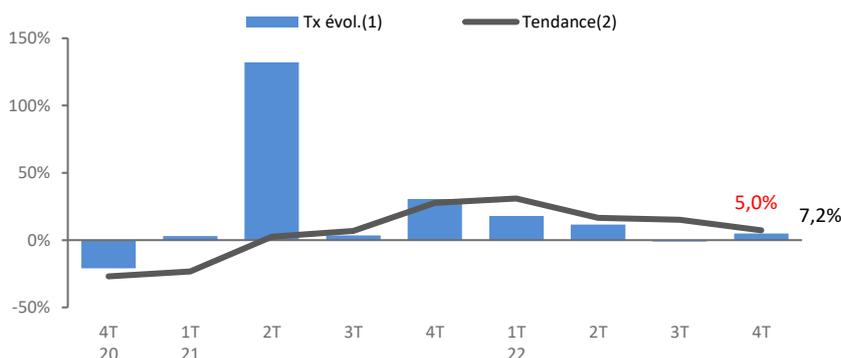
Sources : CDNA / XERFI-Spécific

## Regain d'activité

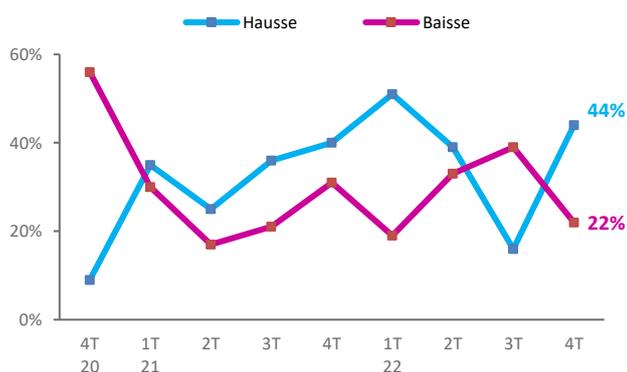
Les professionnels de la maroquinerie ont constaté un retour de la clientèle en cette fin d'année 2022 : 44% d'entre eux font part d'une hausse de la fréquentation. Le panier moyen tend également à s'améliorer sur la période selon plus d'un tiers des intervenants interrogés. Ainsi, leur chiffre d'affaires s'améliore : +5% entre le quatrième trimestre 2021 et le quatrième trimestre 2022. L'année 2022 s'achève sur une hausse sensible, supérieure à +7%.

En dépit de ces belles performances, les professionnels de la maroquinerie sont pessimistes pour le début de l'année 2023. Ils sont plus nombreux à craindre une baisse de leur activité à court terme qu'à envisager une nouvelle amélioration. En ce qui concerne les intentions d'embauche, plus d'un professionnel sur dix se déclare prêt à recruter lors des prochains mois.

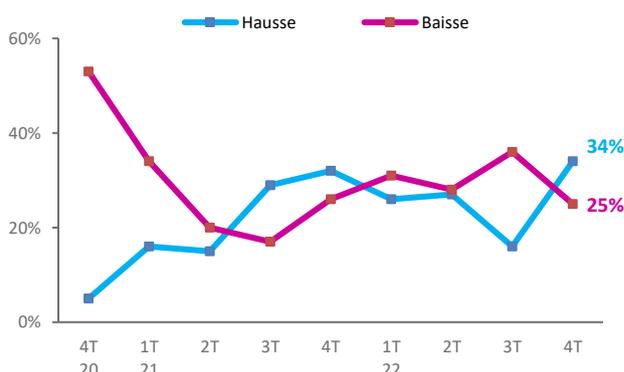
Évolution du chiffre d'affaires (Fig.21)



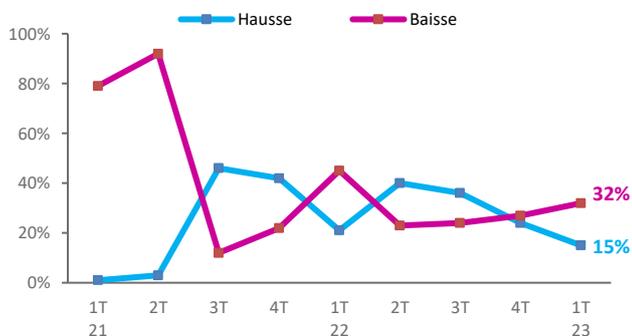
Fréquentation (Fig.22)



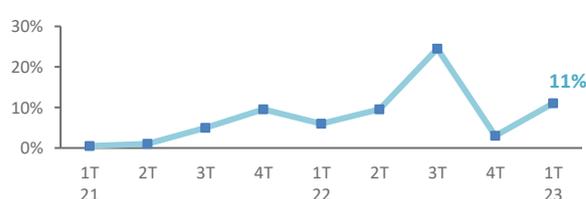
Panier moyen (Fig.23)



Anticipations d'activité (Fig.24)



Intentions de recrutement (Fig.25)



Détail

Remplacement des effectifs	Accroissement des effectifs	Total (% d'entreprises)
5,0%	6,0%	11,0%

<sup>(1)</sup> Tx évol. : évolution du trimestre par rapport au même trimestre de l'année précédente (en %)

<sup>(2)</sup> Tendance : évolution des quatre derniers trimestres par rapport à la même période de l'année précédente (en %)

# COMMERCE DE JEUX, JOUETS, MODÉLISME ET PERINATALITÉ

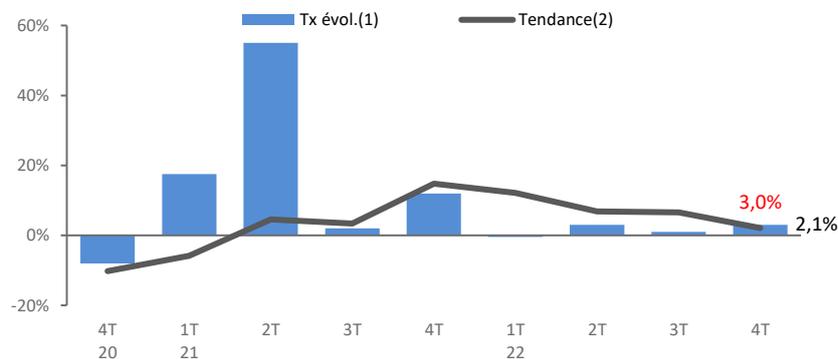
Sources : CDNA / XERFI-Spécific

## Légère accélération de la croissance

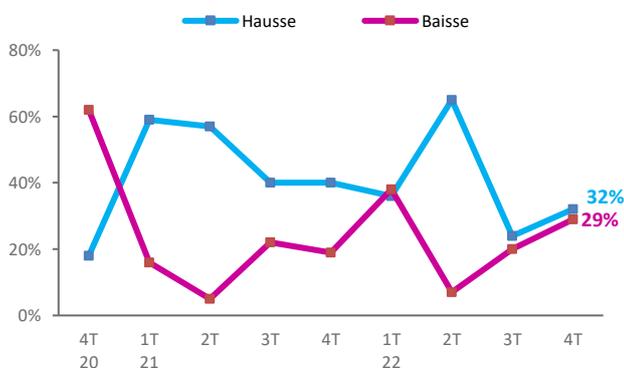
Les fêtes de fin d'année ont bien marché cette année pour le secteur de jeux, jouets, modélisme et périnatalité. La croissance du chiffre d'affaires de ce segment s'accélère quelque peu au quatrième 2022 et s'inscrit à +3% à un an d'intervalle. De manière comparable au précédent baromètre, la fréquentation semblant encore assez stable cet automne, les résultats de ce trimestre proviennent notamment de l'augmentation du panier moyen. Sur l'ensemble de l'année 2022, les ventes s'affichent en hausse de +2,1% par rapport à 2021.

Après cette belle année 2022, l'activité du secteur pourrait se tendre en début d'année 2023. En effet, seul un nombre très limité de professionnels anticipent favorablement l'évolution de leur chiffre d'affaires sur le premier trimestre 2023. La part des responsables comptant recruter cet hiver se limite à 7,5%.

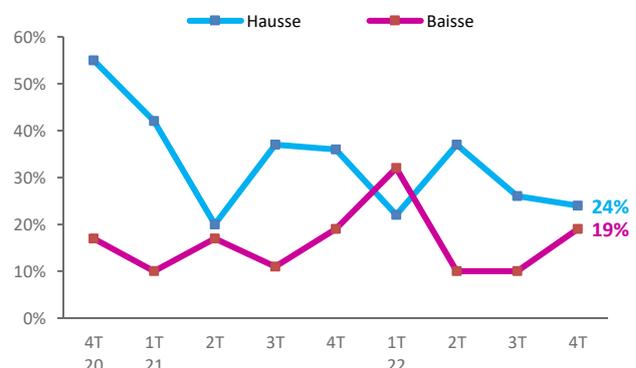
Évolution du chiffre d'affaires (Fig.26)



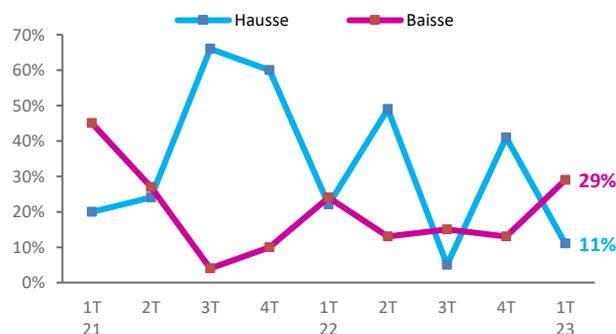
Fréquentation (Fig.27)



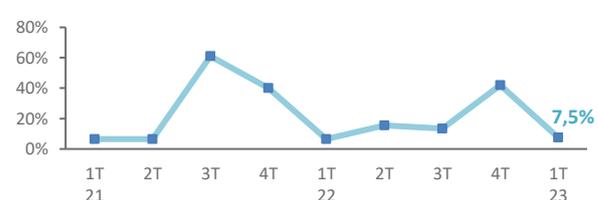
Panier moyen (Fig.28)



Anticipations d'activité (Fig.29)



Intentions de recrutement (Fig.30)



Détail

Remplacement des effectifs	Accroissement des effectifs	Total (% d'entreprises)
2,5%	5,0%	7,5%

(1) Tx évol. : évolution du trimestre par rapport au même trimestre de l'année précédente (en %)

(2) Tendance : évolution des quatre derniers trimestres par rapport à la même période de l'année précédente (en %)

# INSTRUMENTS DE MUSIQUE

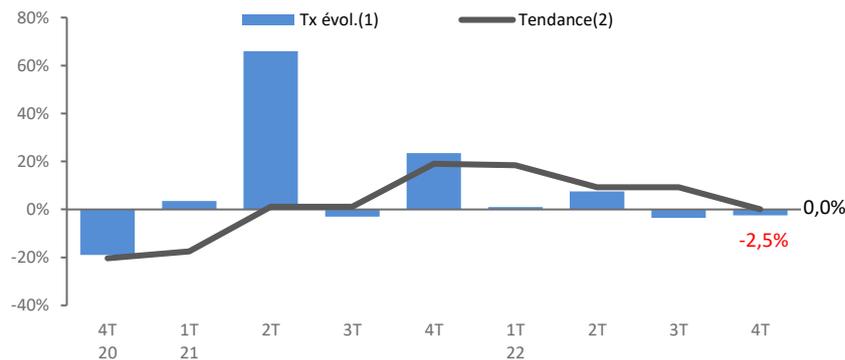
Sources : CDNA / XERFI-Spécific

## Une fin d'année maussade

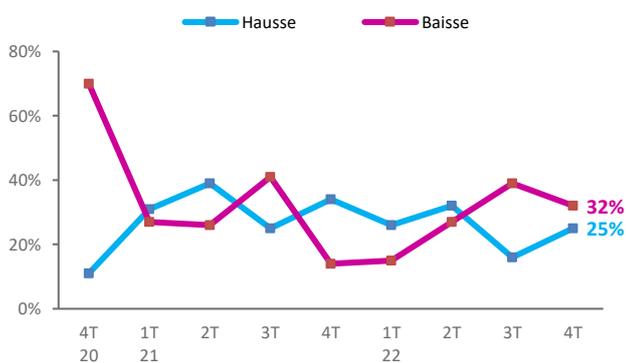
À l'instar de la saison estivale, les commerces d'instruments de musique voient leur fréquentation et le panier moyen d'achat diminuer cet automne. Ces deux indicateurs sont à nouveau plus fréquemment jugés à la baisse qu'à la hausse. Le chiffre d'affaires fléchit de -2,5% entre le quatrième trimestre 2021 et le quatrième trimestre 2022. Les bons résultats du premier semestre ont pu compenser les difficultés enregistrées sur la seconde partie de l'année, *in fine*, les ventes ont été stables sur l'ensemble de l'année 2022 par rapport à 2021.

Cette morosité pourrait se prolonger et même s'intensifier en début d'année 2023. De fait, près de quatre professionnels sur dix craignent un nouveau recul de leur activité dans les prochains mois alors qu'ils sont moins d'un sur dix à envisager une reprise. Avec de telles perspectives, un nombre limité (6%) de dirigeants ont l'intention de recruter durant la saison hivernale.

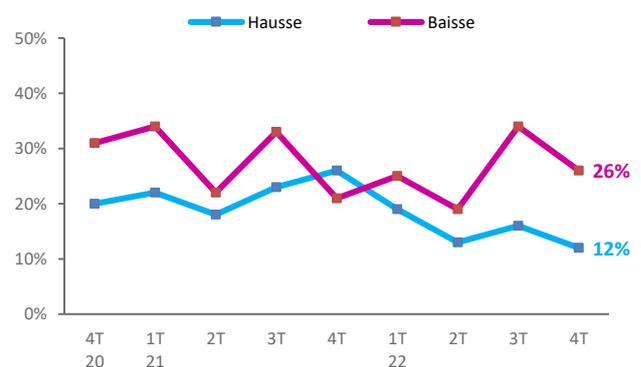
Évolution du chiffre d'affaires (Fig.31)



Fréquentation (Fig.32)



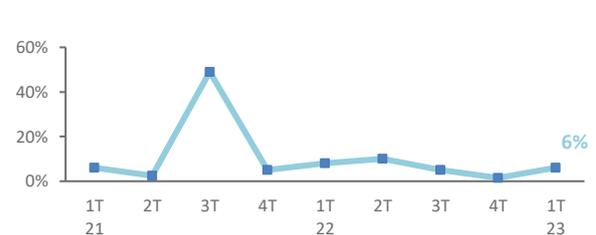
Panier moyen (Fig.33)



Anticipations d'activité (Fig.34)



Intentions de recrutement (Fig.35)



Détail

Remplacement des effectifs	Accroissement des effectifs	Total (% d'entreprises)
4,5%	3,0%	6,0%

(1) Tx évol. : évolution du trimestre par rapport au même trimestre de l'année précédente (en %)

(2) Tendance : évolution des quatre derniers trimestres par rapport à la même période de l'année précédente (en %)

# COMMERCE D'ANTIQUITÉS ET DE BROCANTE

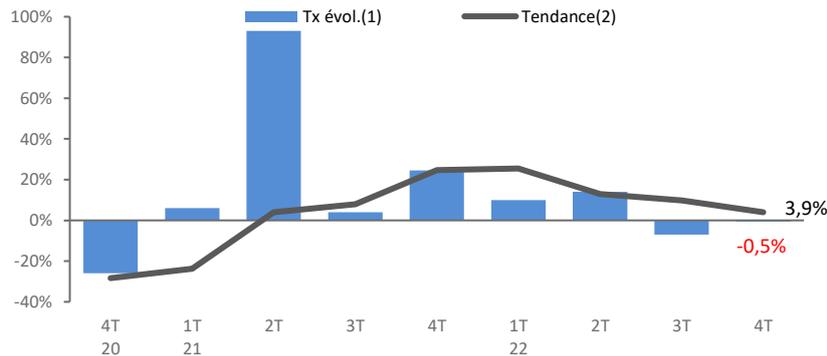
Sources : CDNA / XERFI-Spécific

## Atonie des ventes

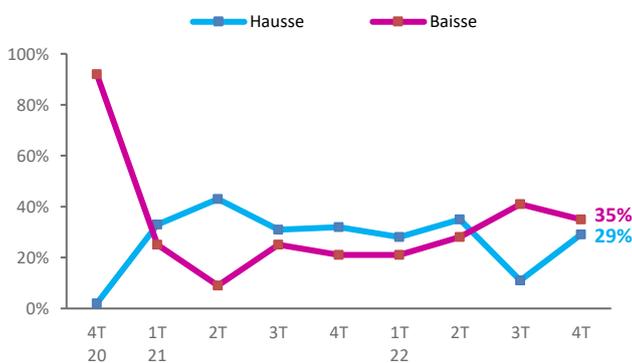
Suite à une saison estivale sous tensions, l'activité du commerce d'antiquités et de brocante se raffermi en fin d'année. Avec une fréquentation et un panier moyen qui tendent à se stabiliser, le chiffre d'affaires de ce segment se rapproche de l'équilibre au quatrième trimestre 2022 : -0,5 % à un an d'intervalle. Grâce aux bons résultats réalisés au premier semestre, l'année 2022 se conclut sur une hausse proche de +4%.

Les professionnels du secteur sont les plus pessimistes de la filière CDNA en ce qui concerne l'évolution de leur activité en début d'année 2023. Près de la moitié d'entre eux (46 %) s'accordent sur un recul de leur activité pendant les prochains mois. Ces prévisions peu réjouissantes pèsent sur les intentions de recrutement : seuls 2,5 % des dirigeants du secteur ont l'intention d'embaucher cet hiver.

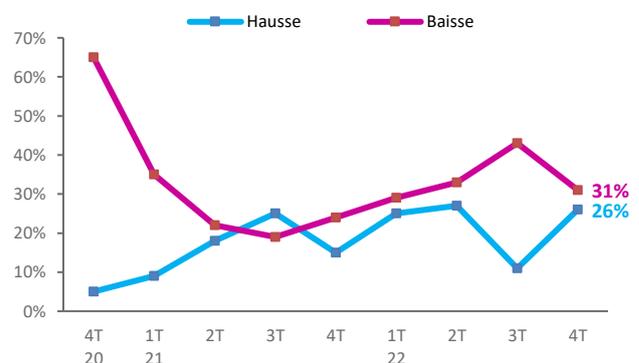
Évolution du chiffre d'affaires (Fig.36)



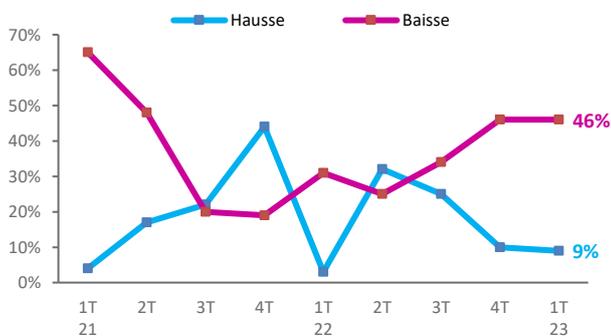
Fréquentation (Fig.37)



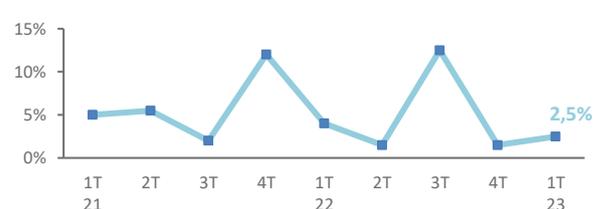
Panier moyen (Fig.38)



Anticipations d'activité (Fig.39)



Intentions de recrutement (Fig.40)



Détail

Remplacement des effectifs	Accroissement des effectifs	Total (% d'entreprises)
0,5%	2,0%	2,5%

(1) Tx évol. : évolution du trimestre par rapport au même trimestre de l'année précédente (en %)

(2) Tendance : évolution des quatre derniers trimestres par rapport à la même période de l'année précédente (en %)

# GALERIES D'ART

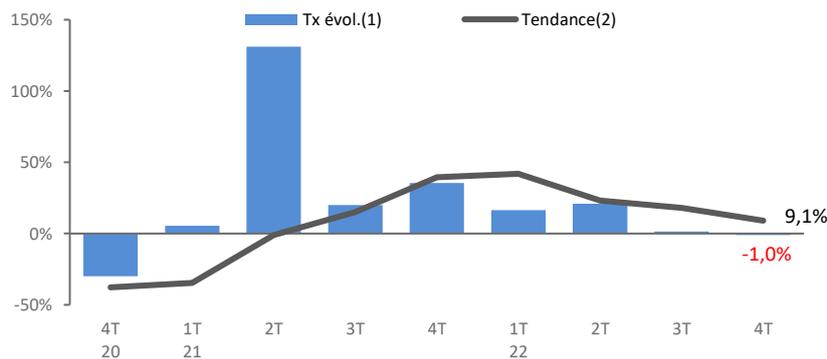
Sources : CDNA / XERFI-Spécific

## Léger repli

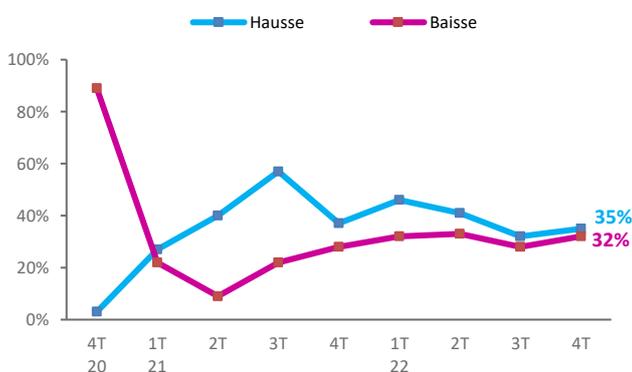
Si la fréquentation des galeries d'art est restée globalement stable en cette fin d'année, le panier moyen est plutôt orienté à la baisse sur cette période. Ainsi, ce secteur enregistre une légère inflexion de son chiffre d'affaires au quatrième trimestre 2022, de l'ordre de -1% par rapport au quatrième trimestre 2021. Le rythme annuel d'évolution demeure très soutenu, avoisinant +9% à l'issue de l'année 2022.

Ce fléchissement de l'activité des galeries d'art devrait se renouveler en début d'année 2023 car plus d'un tiers des professionnels tablent sur une baisse de leur chiffre d'affaires et seulement 16 % envisagent une amélioration. En ce qui concerne les intentions d'embauche : 6 % des dirigeants projettent de recruter cet hiver, soit une proportion comparable aux années précédentes.

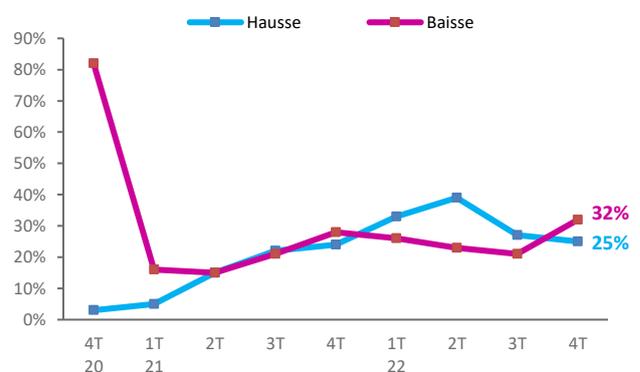
Évolution du chiffre d'affaires (Fig.41)



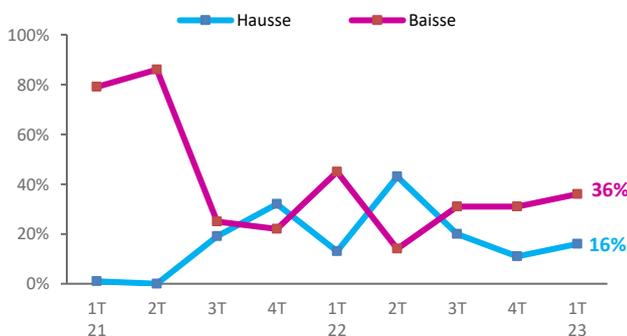
Fréquentation (Fig.42)



Panier moyen (Fig.43)



Anticipations d'activité (Fig.44)



Intentions de recrutement (Fig.45)



Détail

Remplacement des effectifs	Accroissement des effectifs	Total (% d'entreprises)
2,5%	3,5%	6,0%

(1) Tx évol. : évolution du trimestre par rapport au même trimestre de l'année précédente (en %)

(2) Tendance : évolution des quatre derniers trimestres par rapport à la même période de l'année précédente (en %)

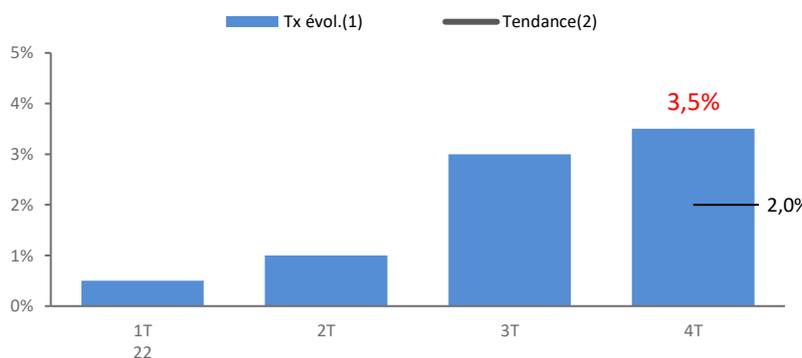
# CIGARETTE ELECTRONIQUE

Sources : CDNA / XERFI-Spécific

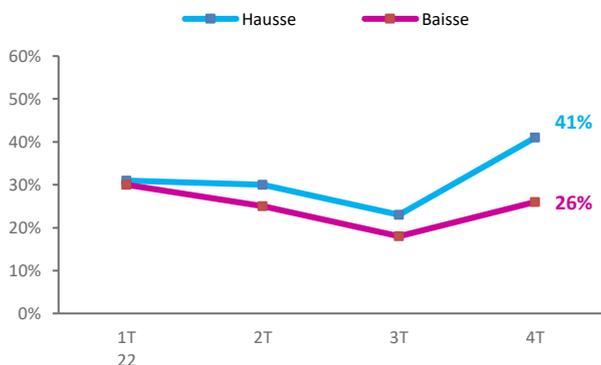
## Nouvelle accélération de la croissance

Le marché de la cigarette électronique continue de se développer en 2022. Lors des derniers mois de l'année, la fréquentation des boutiques de cigarettes électroniques progresse sensiblement et le solde d'opinions relatif au panier moyen reste positif. La croissance s'est accélérée tout au long de l'année 2022 pour s'établir à +3,5% au quatrième trimestre 2022 par rapport au même trimestre de l'année 2021. Sur l'ensemble de l'année 2022, cette activité a progressé de +2% par rapport à 2021. Selon les professionnels interrogés, ce dynamisme devrait se poursuivre en début d'année 2023. En lien avec ces perspectives sereines, les intentions de recrutement pour premier trimestre 2023 sont nettement plus élevées que pour les autres secteurs du CDNA : 17 % des entreprises prévoient de recruter au cours des trois prochains mois.

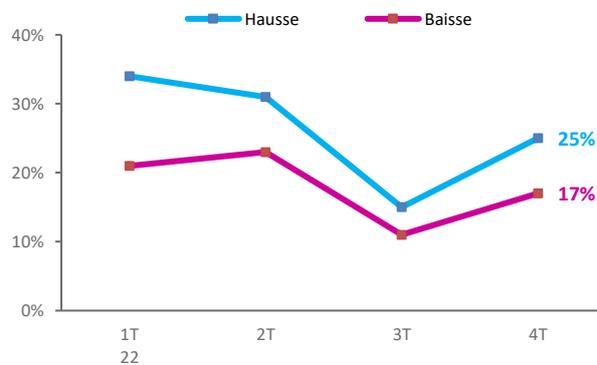
Évolution du chiffre d'affaires (Fig.41)



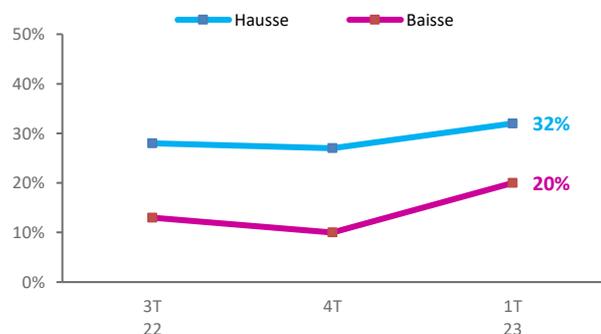
Fréquentation (Fig.42)



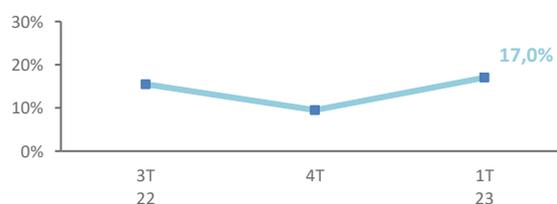
Panier moyen (Fig.43)



Anticipations d'activité (Fig.44)



Intentions de recrutement (Fig.45)



Détail

Remplacement des effectifs	Accroissement des effectifs	Total (% d'entreprises)
7,0%	13,5%	17,0%

(1) Tx évol. : évolution du trimestre par rapport au même trimestre de l'année précédente (en %)

(2) Tendance : évolution des quatre derniers trimestres par rapport à la même période de l'année précédente (en %)

Toute reproduction totale ou partielle du présent document, sans accord préalable des responsables de Xerfi Specific, est formellement interdite

# PRESSE

Sources : CDNA / XERFI-Spécific

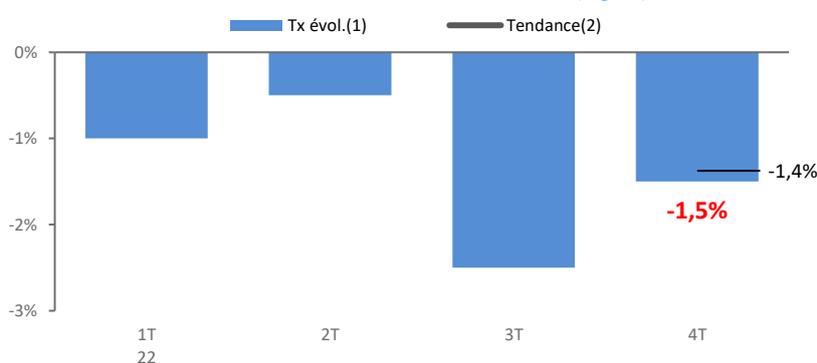
## Pas d'amélioration en fin d'année

Les difficultés rencontrées par les intervenants de la presse depuis le début de l'année 2022 se sont poursuivies jusqu'en fin d'année. Conséquence de la raréfaction de la clientèle à laquelle s'ajoute une nouvelle diminution du panier moyen, le chiffre d'affaires de ce secteur accuse un recul de -1,5% au quatrième trimestre 2022 par rapport au même trimestre de l'année précédente. La tendance annuelle se détériore de près de -1,5% à l'issue de l'année 2022.

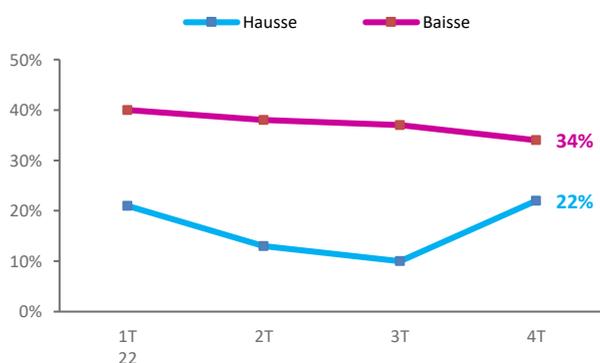
Le début de l'année 2023 pourrait être à l'image de 2022 : en baisse modérée. En effet, si les professionnels de ce secteur envisagent notamment une stabilisation de leurs ventes au cours des prochains mois, ils sont un peu plus nombreux à craindre une baisse qu'à miser sur une reprise.

En conséquence, les responsables font toujours preuve d'une grande prudence en matière d'embauche puisque seuls 3,5 % d'entre eux prévoient de recruter cet hiver.

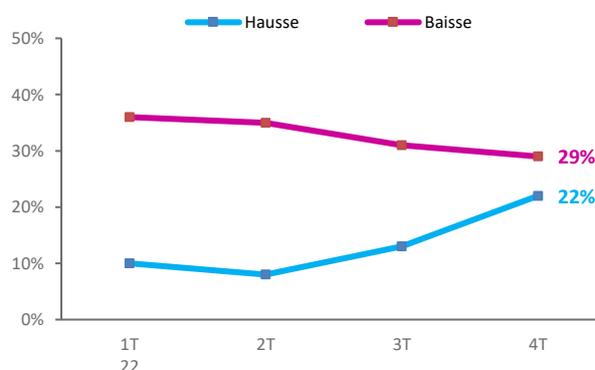
### Évolution du chiffre d'affaires (Fig.41)



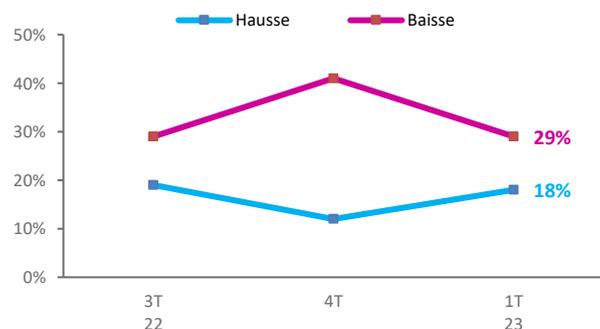
### Fréquentation (Fig.42)



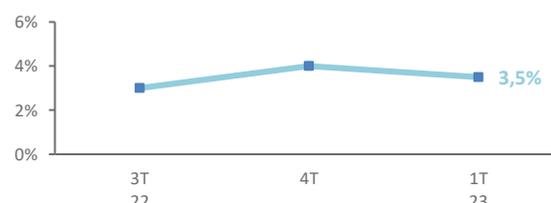
### Panier moyen (Fig.43)



### Anticipations d'activité (Fig.44)



### Intentions de recrutement (Fig.45)



### Détail

Remplacement des effectifs	Accroissement des effectifs	Total (% d'entreprises)
1,0%	2,5%	3,5%

(1) Tx évol. : évolution du trimestre par rapport au même trimestre de l'année précédente (en %)

(2) Tendance : évolution des quatre derniers trimestres par rapport à la même période de l'année précédente (en %)



## Activité du 4ème trimestre 2022 (OCTOBRE - NOVEMBRE - DECEMBRE)

Compte tenu du caractère exceptionnel de la baisse d'activité de 2020 du fait de la crise sanitaire, nous avons jugé utile de faire figurer en annexe à cette note des éléments de repère par rapport à 2019, année de référence avant COVID.

### Cumul exercice 2022 vs 2019

	JFM 22	AMJ 22	JLAS 22	OND 22
<b>Ensemble CDNA</b>	<b>-3,3 %</b>	<b>-1,2 %</b>	<b>-2,3 %</b>	<b>-0,8 %</b>
Arts de la table	0 %	-0,7 %	+0,6 %	+2,6 %
Drogueries	-1,5 %	-1,2 %	-0,7 %	+3,7 %
Equipement du foyer	-6,8 %	-5,3 %	-3,5 %	-2,9 %
Maroquinerie	-2,2 %	-1,9 %	-4,1 %	0,0 %
Commerce de jeux, jouets, modélismes et périnatalité	-3,0 %	-0,4 %	+4,2 %	+5,2 %
Instruments de musique	-12,2 %	-5,4 %	-6,8 %	-5,2 %
Commerce d'antiquités et de brocante	-5,6 %	-4,3 %	-6,8 %	-7,2 %
Galleries d'art	+0,2 %	+0,4 %	-4,9 %	-5,2 %