

Avril 2023
Note 33



Un arbitrage des consommateurs en défaveur du CDNA

En ce début d'année 2023, la croissance économique française reste modeste à l'instar de la deuxième moitié de l'année 2022 : +0,8% en volume. La croissance en valeur atteint cependant +6,4% du fait de l'importante inflation. En réaction, le climat des affaires stagne par rapport à la fin 2022 et la confiance et la consommation des ménages demeurent basses.

Seules les fortes hausses des prix (notamment au niveau des prix alimentaires) permettent au chiffre d'affaires de la grande distribution et du petit commerce de se renforcer au cours du premier trimestre 2023 ; en volume, la baisse est de mise.

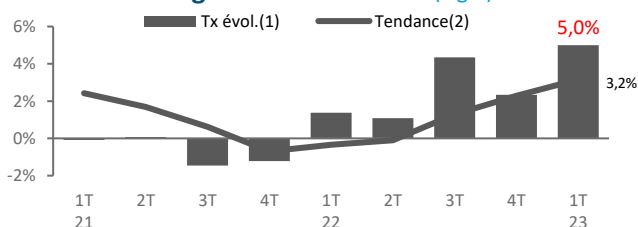
Le pouvoir d'achat des français est mis à mal par l'inflation et les consommateurs sont obligés de renoncer à certains achats qui ne sont pas de première nécessité. Ainsi, l'activité du commerce de détail non alimentaire accuse un léger repli en ce début d'année 2023. Malgré les relèvements tarifaires, le chiffre d'affaires recule de -1% entre le premier trimestre 2022 et le premier trimestre 2023. La tendance annuelle demeure néanmoins relativement bien orientée, s'établissant à +1,8% à l'issue de l'hiver.

Les évolutions sont assez contrastées selon les segments. Le début d'année 2023 a été propice à l'équipement du foyer et à la maroquinerie et les ventes des drogueries et de la cigarette électronique ont pu se stabiliser en valeur. Pour les autres secteurs (arts de la table, commerce de jeux, jouets, modélisme et périnatalité, instruments de musique, antiquités-brocante, galeries d'art et presse), les tensions sont palpables : les hausses tarifaires n'ont pas compensé la baisse des volumes vendus.

Aucune réelle tendance ne se dessine pour le printemps : les professionnels du commerce de détail non alimentaire sont assez divisés. Les intervenants de l'équipement du foyer, de la maroquinerie, du commerce de jeux, jouets, modélisme et périnatalité, des galeries d'art et de la cigarette électronique font preuve d'une certaine sérénité. Dans les autres secteurs, l'inquiétude est de mise.

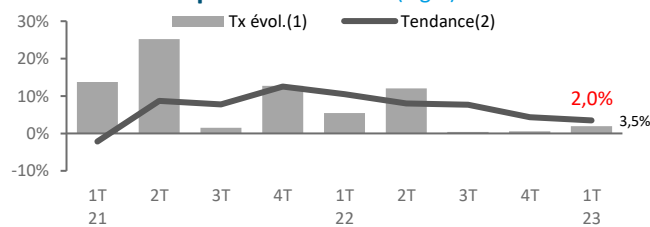
ENVIRONNEMENT ECONOMIQUE

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



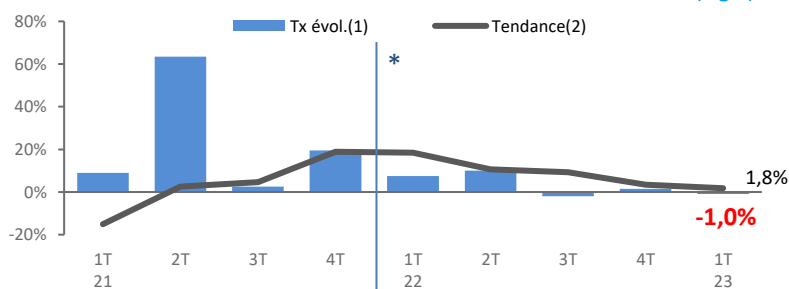
Source : Banque de France

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 %)

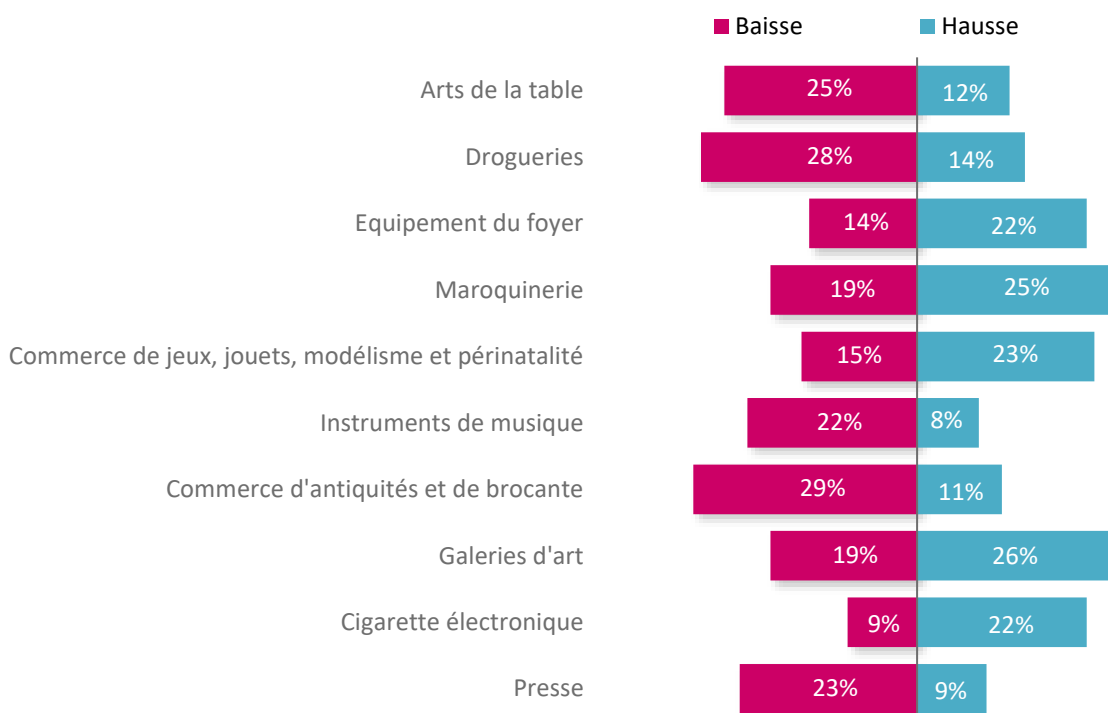
BRANCHE CDNA

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

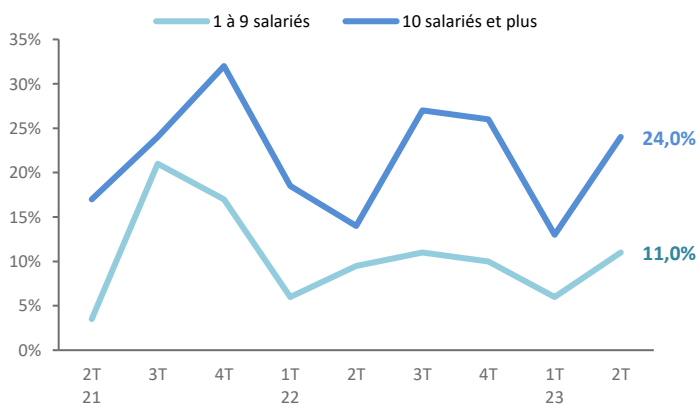
Vers un printemps en demi-teinte

Les avis sont assez divisés en ce qui concerne l'évolution de l'activité pour les tous prochains mois. Si une certaine forme de sérénité se dessine pour les professionnels de l'équipement du foyer, de la maroquinerie, du commerce de jeux, jouets, modélisme et périnatalité, des galeries d'art et de la cigarette électronique, l'inquiétude est de mise pour les autres secteurs. En lien avec les difficultés d'embauche auxquelles font face une très grande majorité des acteurs économiques en France, les entreprises sont toujours à la recherche de nouveaux salariés. Ainsi, malgré des perspectives d'activité en demi-teinte, la part des professionnels du commerce de détail non alimentaire souhaitant recruter est élevée pour le printemps : 24 % des entreprises de plus de 10 salariés et 11 % des plus petites structures.

Anticipations d'activité (Fig.4)



Intentions de recrutement (Fig.5)



Détail

Remplacement des effectifs	Accroissement des effectifs	Total (% d'entreprises)
7,0%	2,0%	12,0%

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

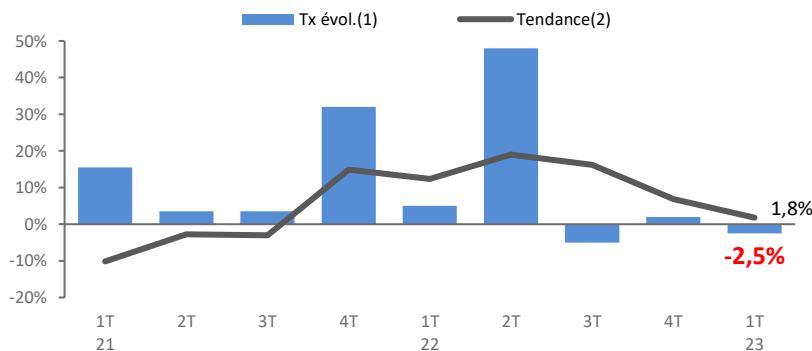
Résurgence de la dégradation

Suite à un redressement fin 2022, l'activité des arts de la table se détériore à nouveau. Bien que le panier moyen connaisse une stabilisation, rapportée par six professionnels sur dix, la fréquentation se contracte : les entreprises sont cinq fois plus nombreuses à observer une dégradation de cet indicateur qu'à noter une amélioration. Le chiffre d'affaires recule ainsi de -2,5% au premier trimestre 2023 par rapport au même trimestre de l'année précédente. Le rythme annuel de progression ralentit pour s'inscrire en deçà de +2% à l'issue de l'hiver.

Ces tensions pourraient persister au cours des prochains mois puisqu'un quart des professionnels interrogés craint une baisse de son chiffre d'affaires lors du printemps contre seulement 12 % d'avis favorables.

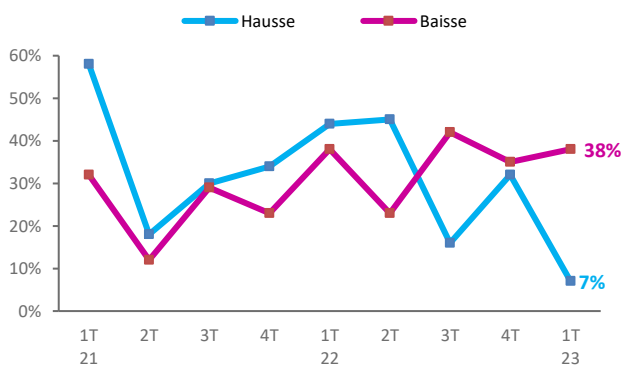
En réaction, les prévisions d'embauche sont en baisse : 9% des entreprises projettent de recruter au deuxième trimestre 2023.

Évolution du chiffre d'affaires (Fig.6)

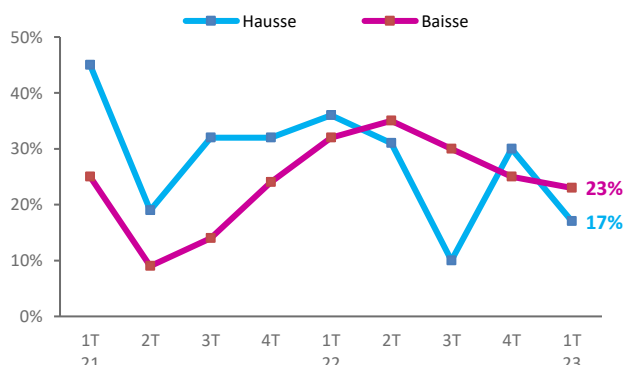


* donnée provisoire

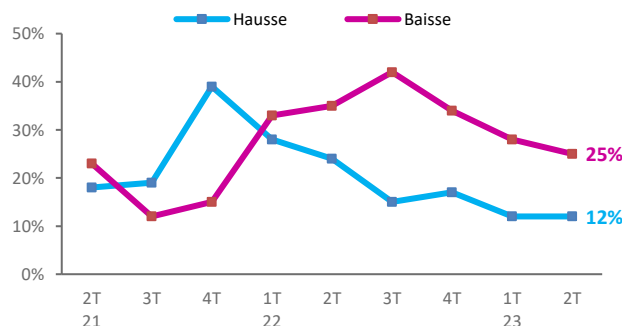
Fréquentation (Fig.7)



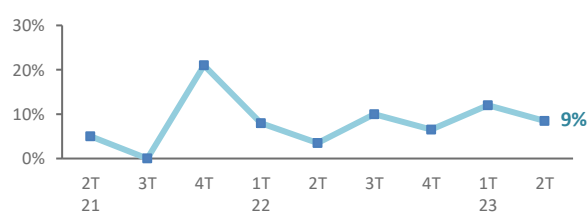
Panier moyen (Fig.8)



Anticipations d'activité (Fig.9)



Intentions de recrutement (Fig.10)



Détail

Remplacement des effectifs	Accroissement des effectifs	Total (% d'entreprises)
7,0%	1,5%	9%

(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

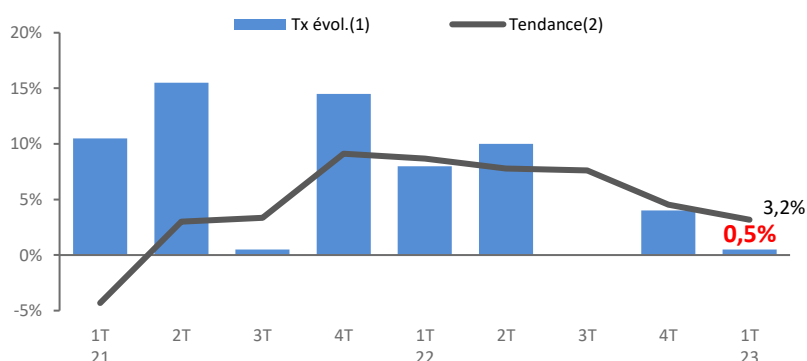
Ralentissement de la croissance

Après une fin d'année 2022 animée, les drogueries enregistrent une stabilisation de la fréquentation et du panier moyen. Au cours des trois premiers mois de l'année 2023, le chiffre d'affaires a très faiblement augmenté (+0,5%) par rapport aux trois mêmes mois de l'année précédente. La tendance annuelle reste néanmoins sur une belle dynamique, s'inscrivant au-delà de +3% à l'issue du trimestre étudié.

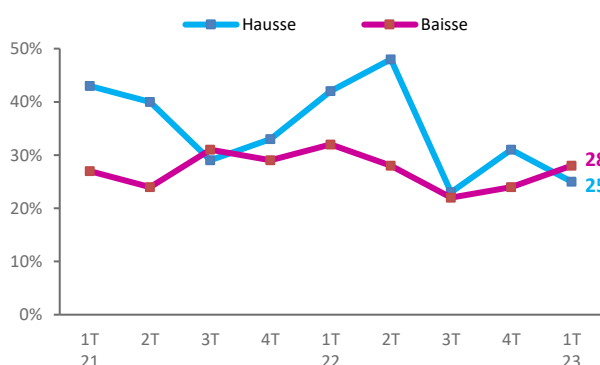
Les drogueries s'attendent à rencontrer quelques difficultés lors du printemps : deux fois plus de professionnels anticipent une baisse de leur activité qu'une hausse (28% contre 14%).

Malgré tout, ils sont 8,5% à prévoir de recruter au trimestre prochain alors qu'ils n'étaient que 1% sur la dernière période. Cette contradiction peut être expliquée par la saisonnalité de l'emploi : les intentions d'embauche ont tendance à augmenter au deuxième trimestre chaque année.

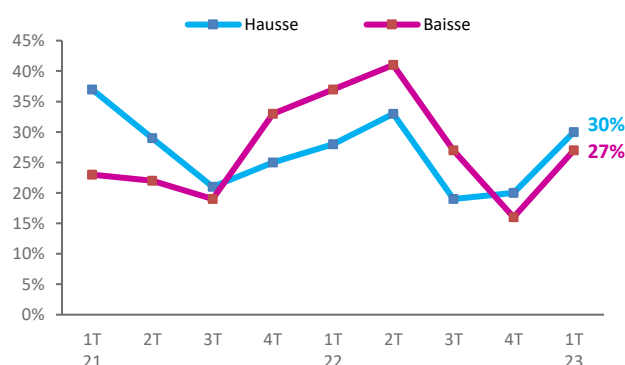
Évolution du chiffre d'affaires (Fig.11)



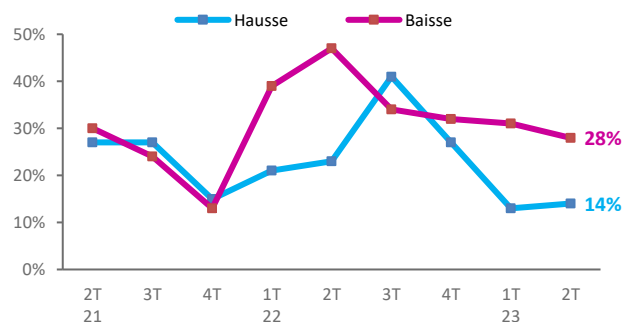
Fréquentation (Fig.12)



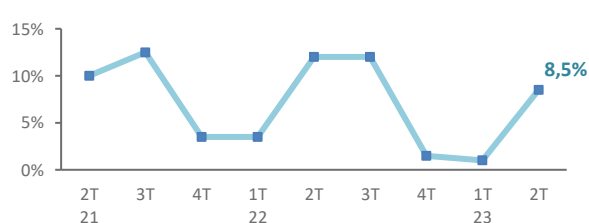
Panier moyen (Fig.13)



Anticipations d'activité (Fig.14)



Intentions de recrutement (Fig.15)



Détail

Remplacement des effectifs	Accroissement des effectifs	Total (% d'entreprises)
3,5%	7,0%	8,5%

(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 %)

EQUIPEMENT DU FOYER

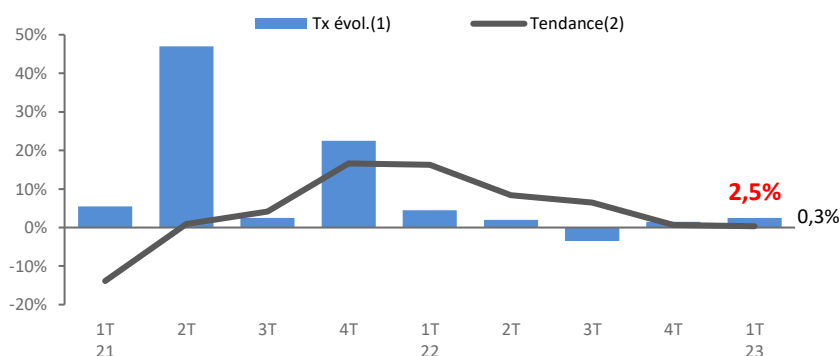
Sources : CDNA / XERFI-Spécific

Une saison hivernale animée

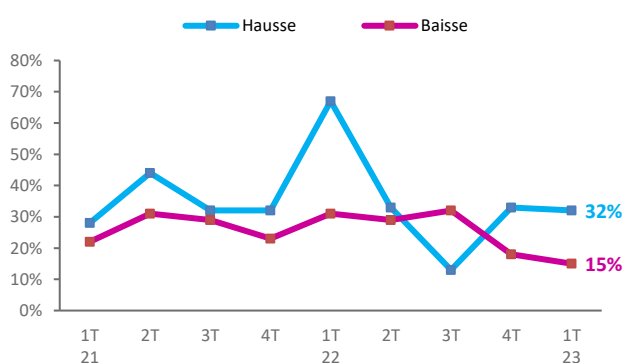
La croissance modérée du chiffre d'affaires de l'équipement du foyer enregistrée en fin d'année 2022 s'accélère légèrement en ce début d'année 2023 et s'établit désormais à hauteur de +2,5%. Cette amélioration est portée par la plus grande fréquentation des commerces d'équipement observée par un tiers des entreprises. Le panier moyen semble également s'être stabilisé malgré l'inflation : les clients sont extrêmement attentifs à leurs dépenses en cette période de crise du pouvoir d'achat. En données glissantes, l'activité de ce segment reste proche de l'équilibre (+0,3%).

L'activité pourrait être plus atone au printemps : la nette majorité des responsables interrogés mise sur une stagnation de son activité. Malgré cette stabilisation annoncée, les professionnels se montrent très désireux de recruter lors des prochains mois, notamment pour combler les postes vacants : près d'un quart d'entre eux envisagent d'embaucher au second trimestre 2023.

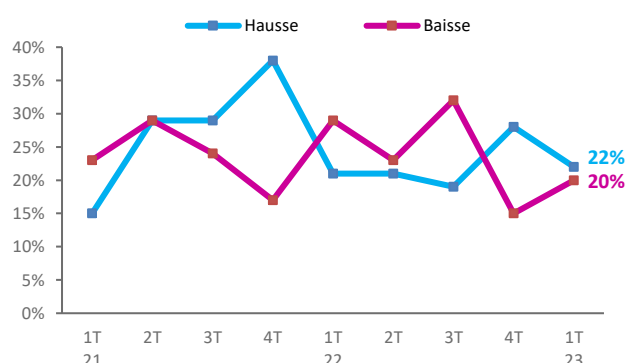
Évolution du chiffre d'affaires (Fig.16)



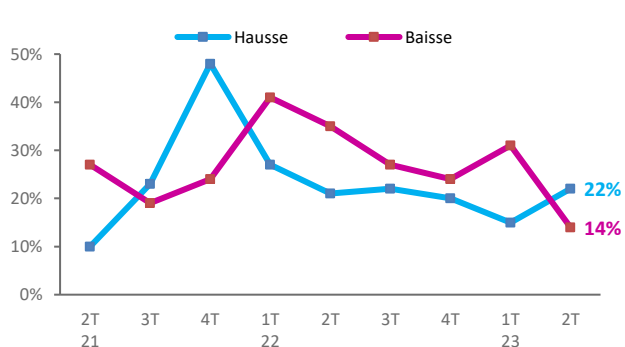
Fréquentation (Fig.17)



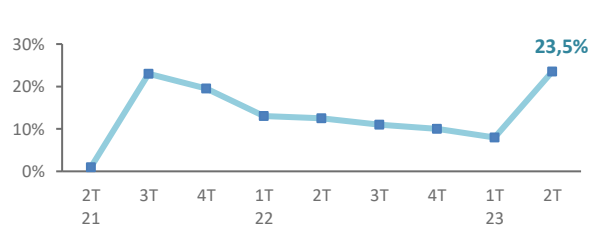
Panier moyen (Fig.18)



Anticipations d'activité (Fig.19)



Intentions de recrutement (Fig.20)



Détail

Remplacement des effectifs	Accroissement des effectifs	Total (% d'entreprises)
18,5%	15,0%	23,5%

(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 %)

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

MAROQUINERIE

Sources : CDNA / XERFI-Spécific

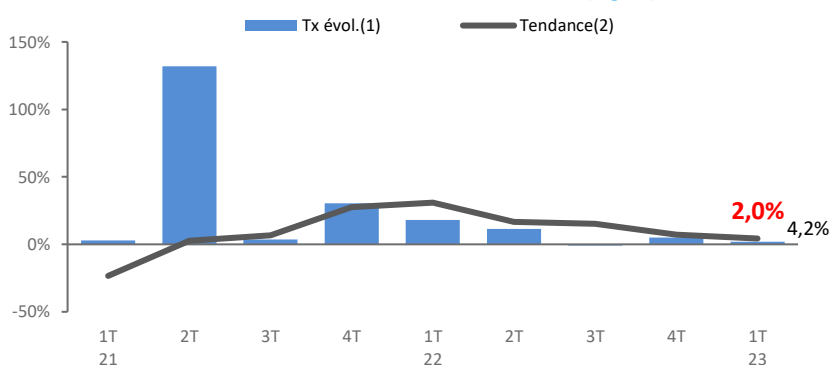
Maintien de la croissance

Suite aux belles performances enregistrées en fin d'année 2022, les professionnels de la maroquinerie voient leur chiffre d'affaires continuer de progresser début 2023 mais dans une moindre mesure. Les ventes en valeur s'établissent à +2% au premier trimestre 2023 par rapport à la même période de l'année 2022. Cette croissance résulte uniquement de la hausse des tarifs et donc du panier moyen, la fréquentation étant atone en ce début d'année. La tendance annuelle continue de progresser à un rythme soutenu, s'établissant au-delà de +4% à l'issue de l'hiver.

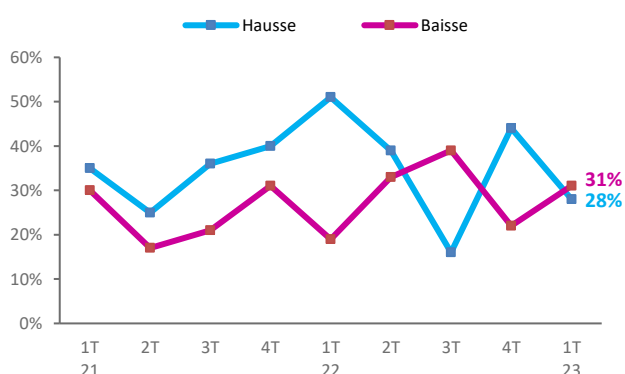
L'activité de la maroquinerie pourrait être plus stagnante lors du printemps. En effet, les professionnels comptant sur une amélioration de leur chiffre d'affaires à court terme sont à peine plus nombreux que ceux prévoyant une détérioration.

Malgré la stabilisation attendue, les intentions de recrutement sont en hausse : 22,5% des entreprises projettent d'embaucher au printemps.

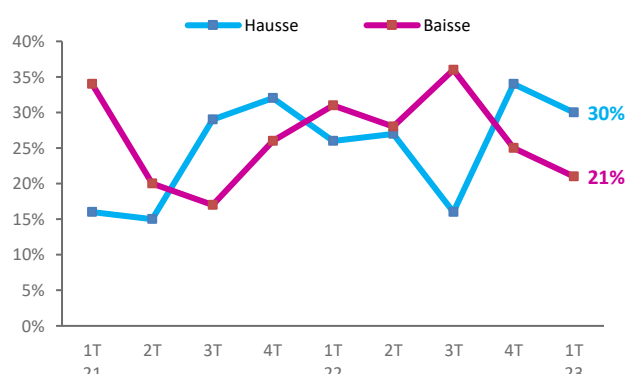
Évolution du chiffre d'affaires (Fig.21)



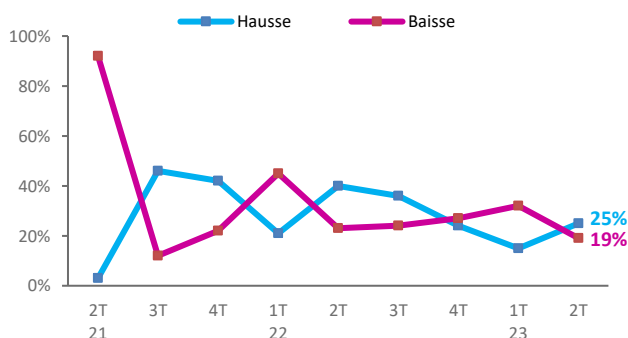
Fréquentation (Fig.22)



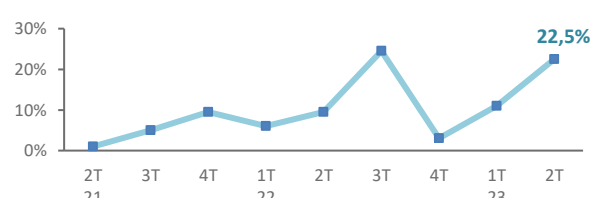
Panier moyen (Fig.23)



Anticipations d'activité (Fig.24)



Intentions de recrutement (Fig.25)



Détail

Remplacement des effectifs	Accroissement des effectifs	Total (% d'entreprises)
13,5%	11,5%	22,5%

(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 %)

COMMERCE DE JEUX, JOUETS, MODÉLISME ET PERINATALITÉ

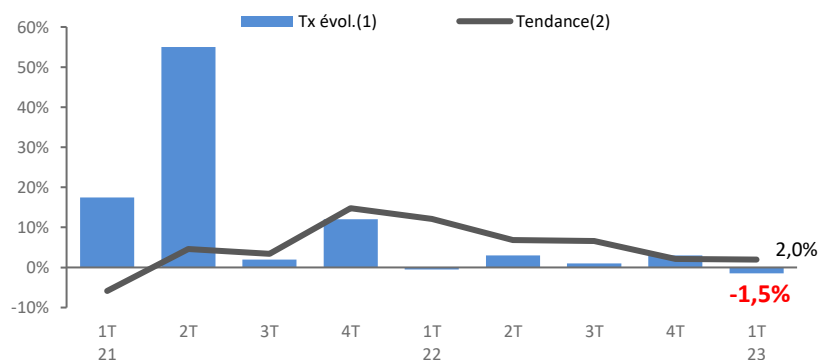
Sources : CDNA / XERFI-Spécific

Fléchissement de l'activité

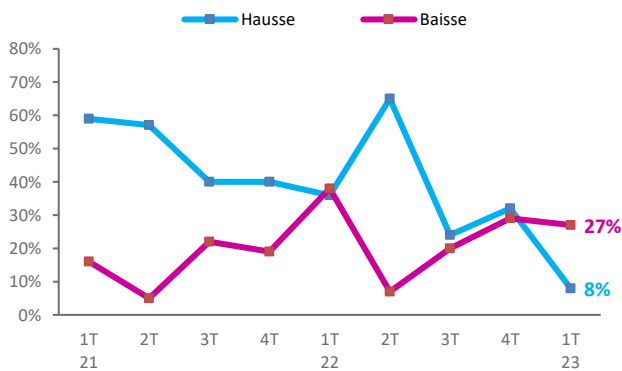
Si les consommateurs avaient fait un effort important pour gâter leurs enfants pendant les fêtes malgré un pouvoir d'achat mis à mal par l'inflation galopante, ils ont été nettement plus attentifs à leurs dépenses en début d'année 2023. Ainsi, relativement tonique pendant les dernières fêtes de fin d'année, l'activité du commerce de jeux, jouets, modélisme et périnatalité fléchit début 2023 : -1,5% par rapport au premier trimestre 2022. Cette contraction est la résultante de la réduction conjointe de la fréquentation et du panier moyen. En données glissantes, l'activité continue de progresser, s'établissant à +2%. Les professionnels du secteur jeux, jouets, modélisme et périnatalité sont assez mitigés en ce qui concerne l'évolution de leur activité lors du printemps. Si une majorité d'entre eux envisagent une stabilisation de leurs ventes, ils ne sont qu'à peine plus nombreux à anticiper une amélioration qu'à craindre, au contraire, une dégradation dans les prochains mois.

Dans ce contexte assez incertain, les prévisions d'embauche restent à un bas niveau : seulement 7,5% des entreprises projettent de recruter ce printemps.

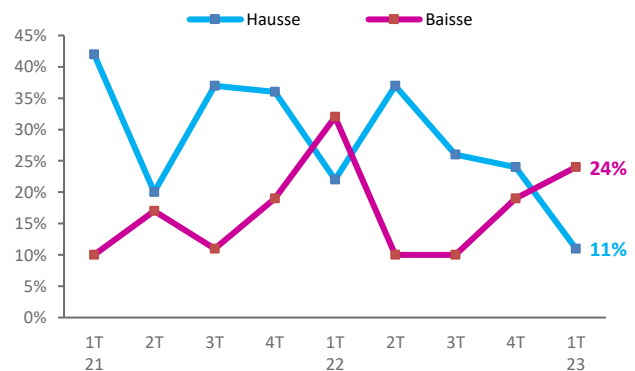
Évolution du chiffre d'affaires (Fig.26)



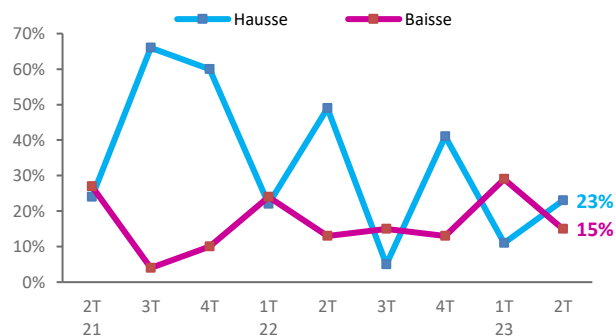
Fréquentation (Fig.27)



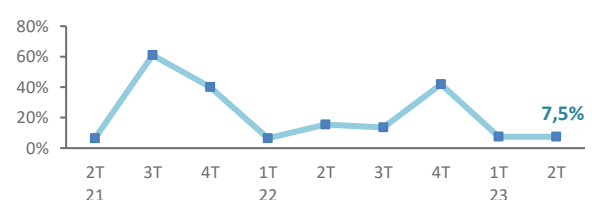
Panier moyen (Fig.28)



Anticipations d'activité (Fig.29)



Intentions de recrutement (Fig.30)



Détail

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

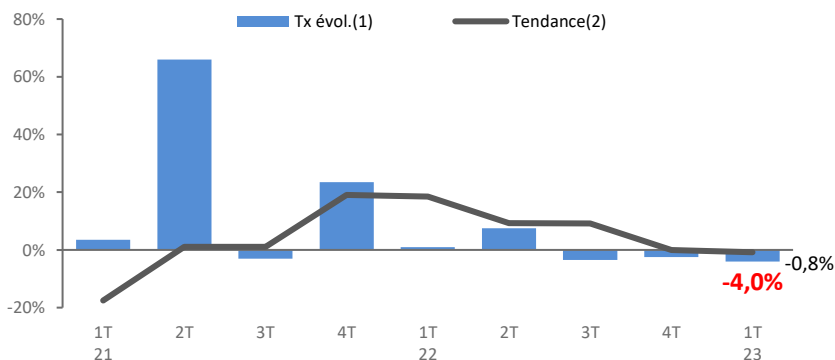
La détérioration continue

Conséquence d'une réduction marquée du nombre de clients et d'un plus grand attentisme en ce qui concerne leurs dépenses, l'activité du secteur des instruments de musique continue de se détériorer en ce début d'année 2023. Le chiffre d'affaires accuse une baisse assez sensible lors des trois premiers mois de l'année 2023, à hauteur de -4% rapportés aux trois mêmes mois de l'année 2022. Ainsi, la tendance annuelle passe dans le rouge : -0,8% à l'issue de la saison hivernale.

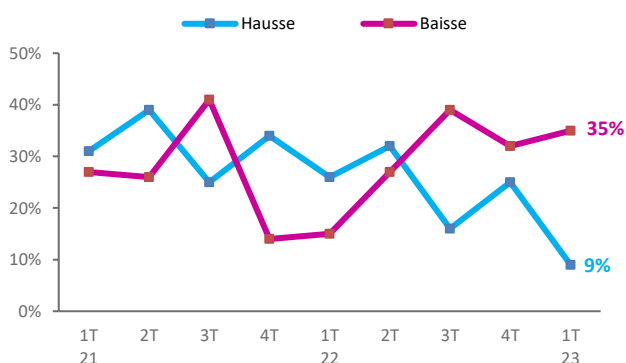
Cette dégradation pourrait persister au printemps d'après les professionnels interrogés : seuls 8% s'attendent à une amélioration de leur activité.

Néanmoins, comme l'an dernier, le secteur des instruments de musique projette de recruter davantage au printemps (9%) que pendant la saison hivernale.

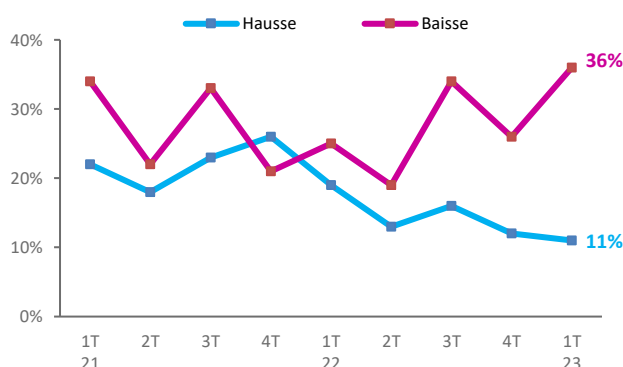
Évolution du chiffre d'affaires (Fig.31)



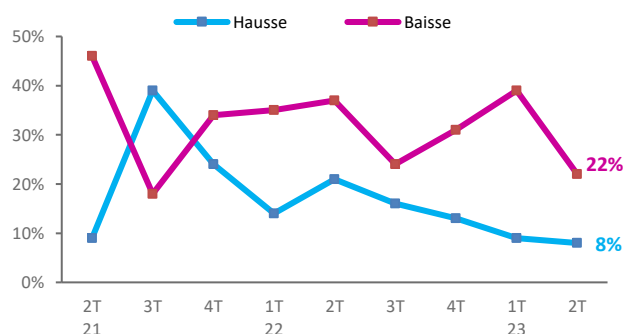
Fréquentation (Fig.32)



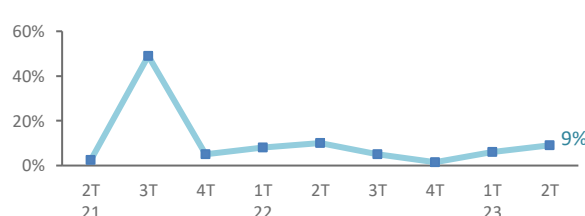
Panier moyen (Fig.33)



Anticipations d'activité (Fig.34)



Intentions de recrutement (Fig.35)



Détail

Remplacement des effectifs	Accroissement des effectifs	Total (% d'entreprises)
3,5%	9,0%	9,0%

(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

COMMERCE D'ANTIQUITÉS ET DE BROCANTE

Sources : CDNA / XERFI-Spécific

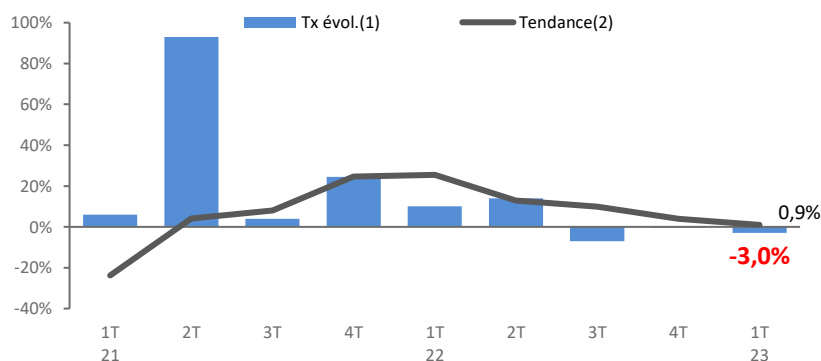
Un début d'année maussade

Alors que fin 2022 la situation des commerces d'antiquités et de brocante commençait à s'améliorer, elle se dégrade à nouveau en ce début d'année 2023. Plus de quatre professionnels interrogés sur dix voient une diminution de leur fréquentation et plus d'un tiers d'entre eux constatent une réduction du panier moyen. En conséquence, le chiffre d'affaires du segment recule de -3% au premier trimestre 2023 par rapport au premier trimestre 2022. La tendance annuelle, portée par les bons résultats du deuxième trimestre 2022, demeure tout de même faiblement positive (+0,9%).

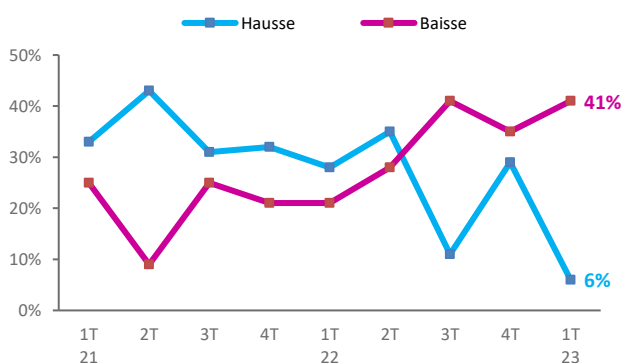
Les professionnels craignent que ses tensions persistent au printemps puisqu'ils sont plus nombreux à prévoir une contraction de leur activité (29%) qu'une expansion (11%).

Avec de telles projections, les professionnels du commerce d'antiquités et de brocante restent assez frileux en matière d'embauche : seuls 5% d'entre eux prévoient d'intégrer de nouveaux salariés au printemps.

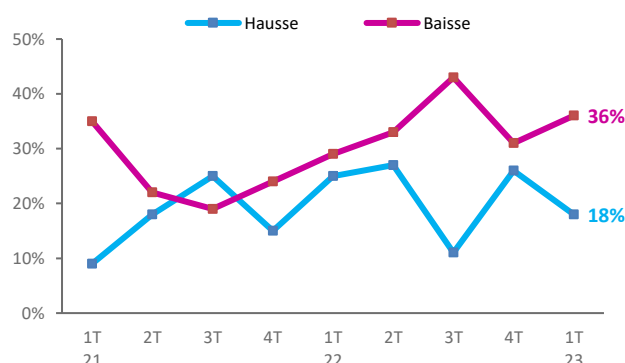
Évolution du chiffre d'affaires (Fig.36)



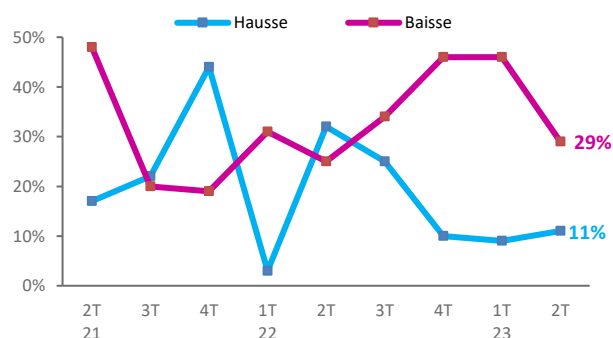
Fréquentation (Fig.37)



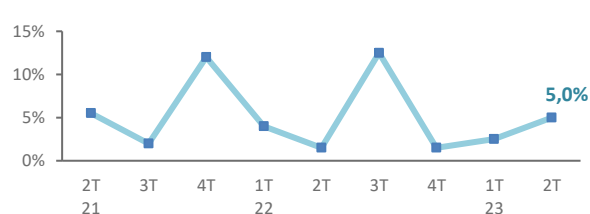
Panier moyen (Fig.38)



Anticipations d'activité (Fig.39)



Intentions de recrutement (Fig.40)



Détail

Remplacement des effectifs	Accroissement des effectifs	Total (% d'entreprises)
2,5%	4,0%	5,0%

(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 %)

GALERIES D'ART

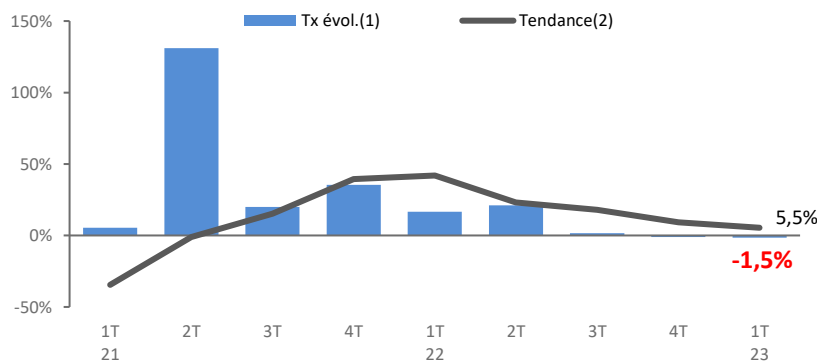
Sources : CDNA / XERFI-Spécific

Contraction de l'activité

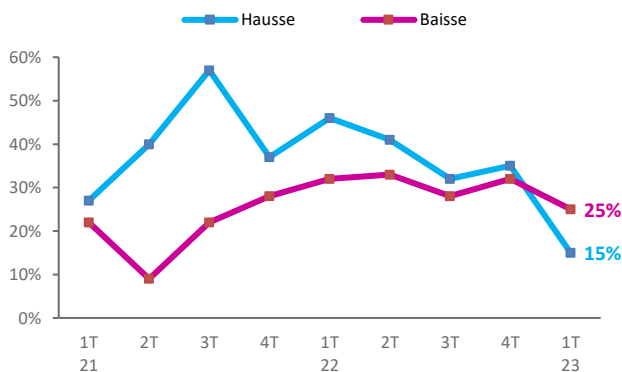
Si une large majorité de professionnels font état d'une stabilisation de la fréquentation de leur galerie, ils sont désormais un peu plus nombreux à remarquer une diminution qu'une augmentation de cet indicateur. Les mêmes remarques peuvent être faites pour le panier moyen qui se stabilise d'après 58% des interrogés mais se contracte d'après 24% d'entre eux. Ces constats mitigés expliquent la baisse du chiffre d'affaires de -1,5% entre le premier trimestre 2022 et le premier trimestre 2023. Dernier reliquat des effets mécaniques post-Covid, la tendance annuelle reste bien orientée du fait de la très forte croissance enregistrée au second trimestre 2022 (+5,5%).

Les professionnels sont assez divisés en ce qui concerne l'évolution de leur activité lors du printemps : l'activité pourrait être stagnante ou en très légère reprise. La part des entreprises envisageant de recruter reste contenue en ce début d'année 2023 (7,5%).

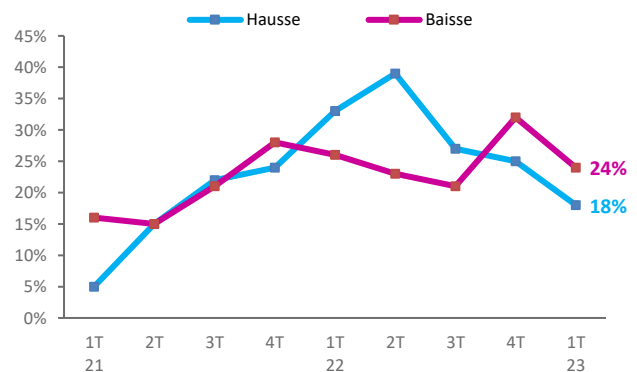
Évolution du chiffre d'affaires (Fig.41)



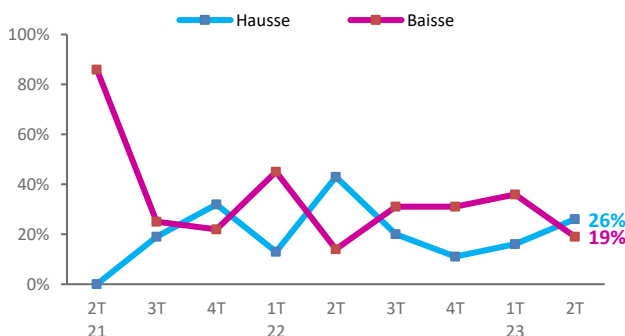
Fréquentation (Fig.42)



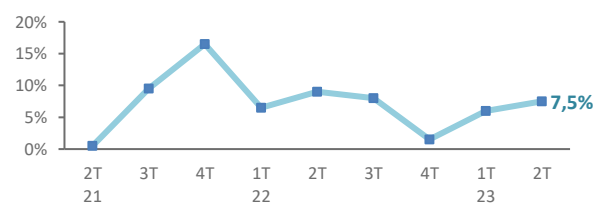
Panier moyen (Fig.43)



Anticipations d'activité (Fig.44)



Intentions de recrutement (Fig.45)



Détail

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

CIGARETTE ELECTRONIQUE

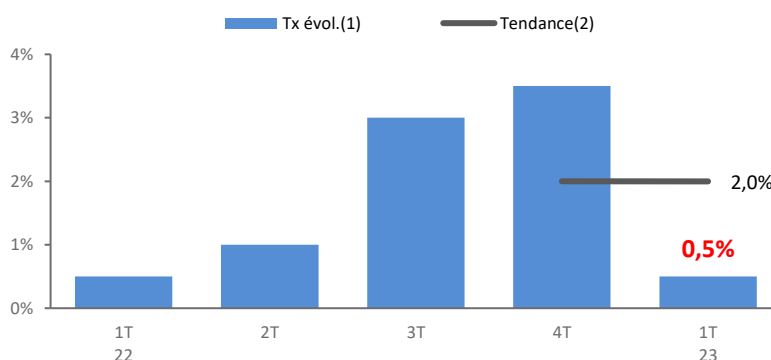
Sources : CDNA / XERFI-Spécific

Une activité assez atone

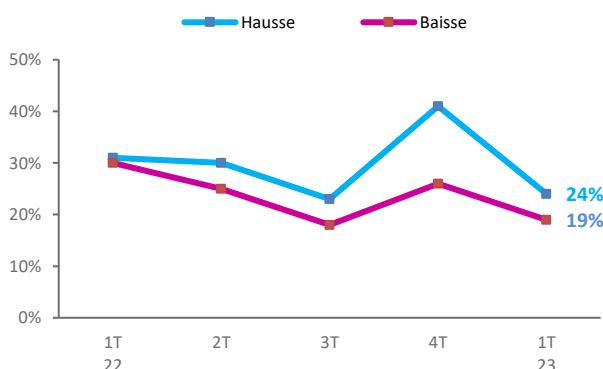
Suite à un second semestre 2022 dynamique, la croissance du marché de la cigarette électronique ralentit pour se positionner juste au-dessus de l'équilibre au premier trimestre 2023 : le chiffre d'affaires progresse de +0,5% à un an d'intervalle. Cette atonie se retrouve tant au niveau du nombre de clients qui ont fréquenté les magasins de cigarette électronique qu'au niveau de leurs dépenses moyennes.

Les professionnels du secteur restent assez sereins quant à l'évolution à venir de leur activité. S'ils misent majoritairement sur une stabilisation de leur chiffre d'affaires au printemps, ils sont plus nombreux à envisager une amélioration qu'à craindre une détérioration. Au niveau des embauches : 12,5% des entreprises projettent de recruter au trimestre prochain.

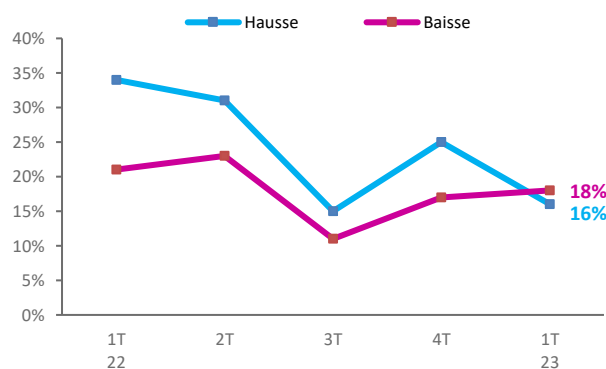
Évolution du chiffre d'affaires (Fig.41)



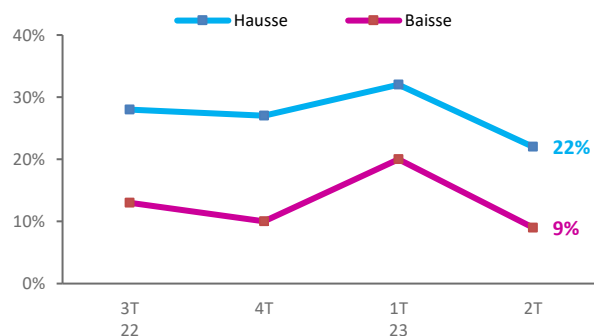
Fréquentation (Fig.42)



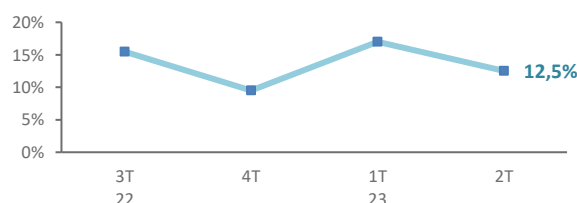
Panier moyen (Fig.43)



Anticipations d'activité (Fig.44)



Intentions de recrutement (Fig.45)



Détail

Remplacement des effectifs	Accroissement des effectifs	Total (% d'entreprises)
4,0%	9,0%	12,5%

(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 %)

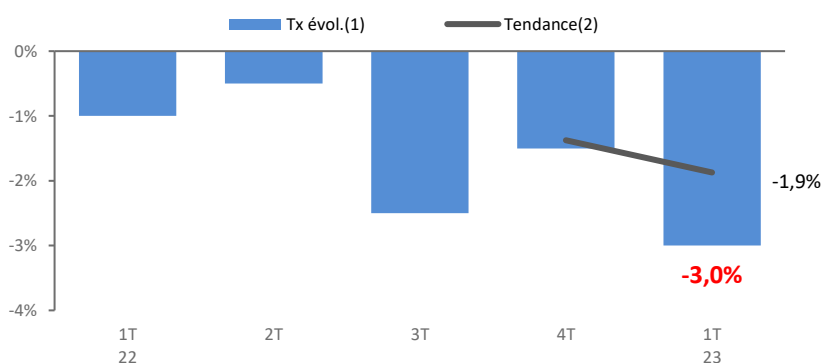
Toute reproduction totale ou partielle du présent document, sans accord préalable des responsables de Xerfi Specific, est formellement interdite

Les tensions se poursuivent en début d'année

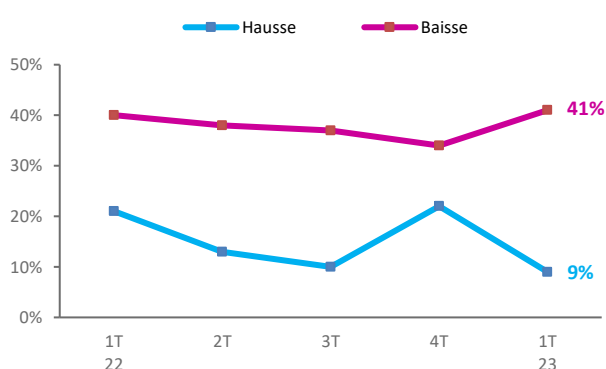
La situation continue de se détériorer en début d'année 2023, avec un recul du chiffre d'affaires par rapport au premier trimestre 2022 de -3%. Cette contraction provient d'une baisse de la fréquentation (déclarée par plus de quatre entreprises sur dix), et d'une baisse du panier moyen (déclarée par un tiers des entreprises). Sur l'ensemble des douze derniers mois, le repli est un peu moins marqué, avoisinant -2% à l'issue de ce premier trimestre 2023.

Bien qu'une majorité d'entreprises de la presse s'attendent à une stabilisation des ventes au trimestre prochain, elles sont plus nombreuses à anticiper une baisse qu'une hausse. Une entreprise interrogée sur dix compte tout de même recruter au cours du deuxième trimestre 2023, une amélioration par rapport au trimestre dernier.

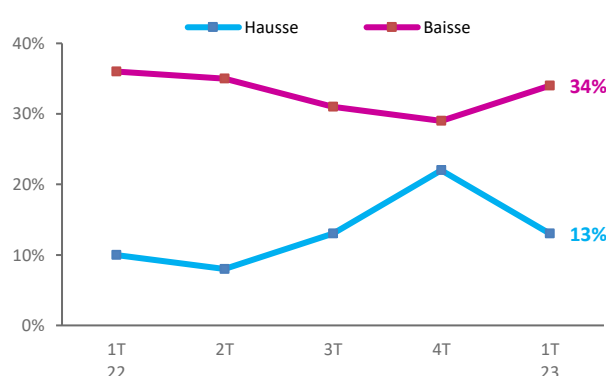
Évolution du chiffre d'affaires (Fig.41)



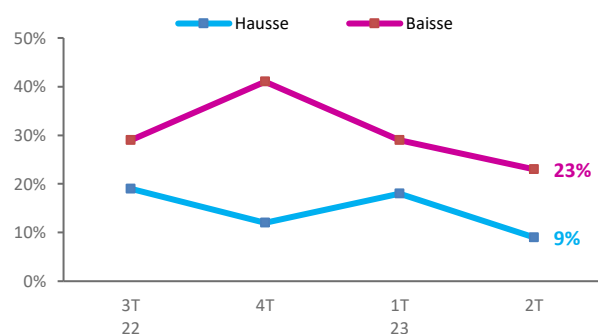
Fréquentation (Fig.42)



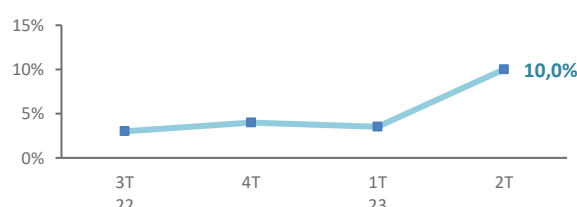
Panier moyen (Fig.43)



Anticipations d'activité (Fig.44)



Intentions de recrutement (Fig.45)



Détail

Remplacement des effectifs	Accroissement des effectifs	Total (% d'entreprises)
5,0%	7,5%	10,0%

⁽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 %)