



LA COCCINELLE, AVEC VOUS EN TOUS POINTS ...

Revue de presse économique de l'APST

20 au 30 juin 2019

Avec Les Partenaires de l'APST



Économie.

➡ Commerce: la désaffection des centres-villes se poursuit.

Les commerces de centre-ville n'avaient pas besoin de cela. Depuis le début de l'année, ils ont payé un lourd tribut au mouvement des «gilets jaunes». Selon Procos, qui fédère les enseignes du commerce spécialisé (Decathlon, Ikea, Starbucks...), la fréquentation du cœur des très grandes agglomérations a significativement reculé le samedi entre janvier et mai.

Le phénomène a été plus marqué à Montpellier, Bordeaux Toulouse (baisse supérieure à 15 %) qu'à Nantes, Caen ou Strasbourg (recul autour de 5%). En contrepartie, on a bien enregistré une augmentation du trafic le lundi et le vendredi dans ces métropoles. Mais cela n'a pas suffi à compenser les mauvais chiffres du samedi. «Les consommateurs se sont détournés du centre-ville car ils craignaient d'être bloqués par des manifestations même si aucune n'était prévue ce jour-là», affirme Emmanuel Le Roch, délégué général du Procos.

Ce coup dur intervient dans un contexte général très défavorable aux boutiques de centre-ville depuis plus d'une décennie. L'année dernière qui n'a pas été un bon cru pour le commerce spécialisé, la baisse du chiffre d'affaires a été plus franche dans le cœur des villes (- 3,9 %) qu'en périphérie (- 2,9 %). En fait, c'est seulement à Paris et dans une poignée de très grosses agglomérations (Lyon, Bordeaux...) que quelques enseignes (Ikea, Leroy Merlin, Decathlon...) réinvestissent le centre-ville. Mais, majoritairement, elles préfèrent s'installer dans des zones commerciales.

Un mouvement qui répond à une logique: «Les commerces vont en périphérie car de plus en plus de ménages vivent dans ces zones», souligne Emmanuel Le Roch. Selon l'Insee, entre 1999 et 2014, la population en deuxième couronne des agglomérations a augmenté de 19,5 % contre seulement 4 % en centre-ville.

Les petites galeries marchandes à la peine

Les marques sont d'autant plus séduites par les retail park, ces centres commerciaux à ciel ouvert en banlieue, qu'ils pratiquent des loyers modiques: selon Procos, un mètre carré dans un retail park pour un magasin de 200 à 400m² est facturé en moyenne 190 euros contre 545 euros en centre-ville. Dans ce contexte, certaines enseignes jouent à fond la carte des zones commerciales. Par exemple, les opérateurs du discount (Gifi, Centrakor, Action...) qui continuent à ouvrir beaucoup de points de vente. Mais, de plus en plus, on voit aussi arriver des acteurs qu'on n'attendait pas là comme des chaînes de clubs de sport low-costs (L'Orange Bleue, Basic Fit...).

Les galeries marchandes (quelques dizaines de boutiques accolées à un hypermarché) sont aussi en souffrance

Il n'y a pas qu'en centre-ville que ce mouvement fait des dégâts. Les galeries marchandes (quelques dizaines de boutiques accolées à un hypermarché) sont aussi en souffrance. «Ces unités réalisent un chiffre d'affaires au mètre carré inférieur à la moyenne des centres commerciaux», résume Emmanuel Le Roch. En plus, la vacance dans les galeries qui comptent entre 16 et 30 points de vente (aux alentours de 14 %) est près de deux fois supérieure à celle constatée dans les grands malls qui ont plus de boutiques. La dégradation s'est accélérée ces dernières années car les hypermarchés ont moins de flux de consommateurs. Et les boutiques avoisinantes en subissent les conséquences.

Cette montée en puissance du commerce de périphérie est un problème notamment parce que les préoccupations urbanistiques sont très faibles dans ces lieux. Ils contribuent à fabriquer de la «France moche». Pour endiguer la montée en puissance des zones commerciales, la loi Élan promulguée en novembre 2018 prévoit bien de permettre aux maires engagés dans la rénovation de leur centre-ville de pouvoir geler pendant trois ou quatre ans tout projet de centre commercial en périphérie. Le décret autorisant ce type d'initiative devrait sortir prochainement. Mais sa mise en œuvre n'est pas attendue avant début 2020. Pas de quoi restaurer à court terme l'attractivité des centres-villes.

<http://premium.lefigaro.fr> 23/06/19.

➡ Innovation : l'Europe devant les États-Unis.

Le baromètre établi par le tableau de bord de la Commission européenne montre que le vieux-continent a fait un peu mieux que les États-Unis l'an dernier en la matière. L'indice, qui repose sur plusieurs critères comme l'attractivité, le financement, le marché de l'emploi, l'environnement, les ressources humaines... donne à l'Union européenne un gain de 8,8% depuis 2011. Les États-Unis accusent eux un recul de 1% par rapport à l'Europe, ce qui les positionnent juste derrière l'UE. Du jamais-vu en la matière. Si l'Union européenne fait bonne figure vis à vis des États-Unis, le groupe de pays n'est pas en mesure de lutter contre d'autres États plus innovants encore.

C'est le cas du Japon qui affiche une performance de 11% supérieure à celle de l'UE, de l'Australie (+21%), du Canada (+18%) ou encore de la Corée du Sud (+37%). La Chine reste largement en-deçà de l'Union européenne avec -20%, mais sa progression est trois fois plus rapide que celle de l'UE. Des progrès ont été accomplis, se réjouit Carlos Moedas, le Commissaire pour la recherche, la science et l'innovation. « L'innovation est synonyme d'emplois et de croissance futurs », explique-t-il.

Quand on regarde les performances des États membres de l'UE, la Commission relève que la Suède s'impose comme le champion de l'innovation, devant la Finlande, le Danemark et les Pays-Bas. La France, considérée comme un innovateur « notable », tourne autour de la moyenne européenne, aux côtés du Royaume-Uni et du Luxembourg. L'Allemagne, la Slovénie et la Roumanie ont vu leurs performances baisser plus ou moins fortement (de 0,9% à 10,7%) depuis 2011.

<https://www.journaldeleconomie.fr/26/06/19>.

Ressources Humaines.

➔ Plus de la moitié des jeunes cadres ont changé de job en 2018.

Depuis 10 ans, les mobilités des cadres sont en hausse ! C'est ce que révèle le baromètre annuel sur la mobilité des cadres publié par l'Apec. 30 % des cadres interrogés ont changé de situation professionnelle en 2018 soit 6 points de plus qu'en 2009. Si les femmes cadres sont aussi mobile que les hommes, l'âge constitue en revanche un facteur déterminant de la mobilité.

Selon Pierre Lamblin, directeur des études à l'Apec, cela s'explique notamment par les tendances et les opportunités qui se présentent sur le marché : «La majorité des recrutements s'adressent à des profils ayant entre 1 et 10 ans d'expérience. Ils constituent 60% des intentions de recrutement contre 5% des seniors», analyse-t-il.

Des cadres à la recherche de plus de responsabilités

L'écart se creuse encore si l'on considère uniquement la mobilité externe : 22 % des moins de 30 ans ont changé d'entreprise en 2018 contre 4 % des cadres seniors. «Chez les jeunes il n'existe plus cette loyauté envers leur employeur, on aspire moins à faire carrière dans une seule entreprise. Ça peut exister, mais ce n'est plus le modèle dominant», analyse Pierre Lamblin.

Bien que l'écart soit moins important, les mobilités internes n'échappent pas à cette tendance : 32 % (changement de poste + autres changements) des moins de 30 ans ont connu une mobilité interne contre 14 % des plus âgés.

Démission : trois quarts des jeunes cadres prêts à sauter le pas

A noter que les mobilités s'expliquent souvent par des évolutions professionnelles et une progression des responsabilités. «Ce qui motive les jeunes cadres dans le changement d'entreprise ou de poste, c'est avant tout la prise de responsabilité, mais aussi l'envie de découvrir de nouveaux horizons ainsi que des salaires plus attractifs», analyse le directeur des études de l'Apec. D'ailleurs, dans près de la moitié des cas, les mobilités (internes, mais aussi externes) correspondent à une promotion hiérarchique.

Cependant, on observe que quel que soit l'âge, les seules intentions de changer de poste ou d'entreprise sont beaucoup plus fortes que les mobilités effectives. Si plus de la moitié des moins de 30 ans ont changé de job, ils sont 82 % à en avoir exprimé l'envie (contre 47 % des 50 ans ou plus).

Tourisme.

➔ **Tourisme : qui sont les vrais pays performants ?**

La Tribune publie chaque jour des extraits issus des analyses diffusées sur Xerfi Canal. Aujourd'hui, qui sont les vrais pays performants sur le point du tourisme ?

Pour déterminer quel est le pays européen le plus performant en matière de tourisme, se limiter au nombre de visiteurs étrangers passés sur le territoire est un leurre. Une diversion qui permet à la France de revendiquer la place de numéro 1 mondial avec près de 90 millions de touristes. En Europe, seule l'Espagne supporte la comparaison. L'Italie à la troisième place est distancée, tout comme le Royaume-Uni qui avec moins de 40 millions de visiteurs fait deux fois moins bien environ, et ainsi de suite jusqu'au Danemark qui avec un peu moins de 12 millions de touristes fait partie du top 12 européen.

Nombre de touristes par habitant

Premier accueil, il faut éliminer l'effet taille et rapporter le nombre de visiteurs à la population locale pour que cela ait du sens. Ce premier retraitement bouscule l'ordre établi. Deux pays se détachent. Le premier est devenu une destination star de l'été, la Croatie. Le pays bénéficie à la fois de son positionnement géographique, de son climat, des investissements massifs dans les infrastructures d'accueil depuis le début des années 2000, de son adhésion à l'Union européenne en 2013, puis plus récemment de la désaffection des touristes pour l'Afrique du Nord. A ses côtés, la destination phare hivernale, l'Autriche, et son important domaine skiable, fait du pays la première destination ski au monde. Croatie et Autriche accueillent ainsi plus de 3 touristes pour un habitant. La Grèce se place en 3e position avec plus de 2,5 visiteurs pour un habitant, quant à la France, elle glisse à la 7e place avec seulement 1,3 touriste par habitant. En queue de classement, trois pays reçoivent un nombre de visiteurs nettement inférieur à leur population : le Royaume-Uni, la Pologne et l'Allemagne.

Recettes touristiques et PIB

Second écueil à éviter : avec ces chiffres on passe en partie à côté de l'essentiel, c'est-à-dire le chiffre d'affaires réalisé par tous ces touristes sur le territoire. Et pour gommer l'effet taille, une fois de plus, il faut le rapporter au PIB. C'est un bon moyen de détecter les pays hyperspécialisés ou hyperperformants en matière touristique. Les recettes touristiques représentent ainsi près de 20% du PIB croate, mais c'est ici plus le révélateur d'une petite économie mono-spécialisée sur le tourisme qu'une indication sur la vraie performance de son secteur touristique. De même, à l'autre bout de l'échiquier, la place de l'Allemagne est la marque d'un secteur touristique sous-dimensionné et d'une économie à l'assise sectorielle très large. En revanche, la place de la France en 8e position, alors que le pays bénéficie des deux formes de tourisme de loisirs (estivale et hivernale), renforcé en plus par le tourisme d'affaires, est bien le révélateur d'une faiblesse, faiblesse que partage aussi l'Italie.

Chiffre d'affaires moyen par touriste

Les recettes moyennes dégagées par touriste complètent l'analyse. Une fois de plus le classement est chamboulé. Le Royaume-Uni arrive cette fois-ci nettement en tête avec plus de 1 150 euros de gains par visiteur, devant le Portugal et l'Allemagne. La France se retrouve à nouveau en milieu de classement avec 618 euros seulement. De fait, beaucoup de vacanciers d'Europe du Nord, Anglais, Allemands, Belges, Néerlandais ne font que traverser le pays avant de rejoindre leur vraie destination finale, en

l'occurrence l'Espagne ou le Portugal. Ils restent une nuit, dépensent peu et leur principal budget est celui du carburant et des péages.

En combinant les trois principaux indicateurs pertinents — celui du nombre de touristes par habitant, des recettes touristiques en fonction du PIB et du chiffre d'affaires moyen par touriste — c'est finalement le Portugal qui arrive en tête grâce à une stratégie offensive de montée en gamme et de développement de l'offre, tout comme la Croatie et l'Espagne qui complètent le podium. L'Autriche et la Grèce intègrent le top 5. La France tombe de son piédestal et se retrouve en 7^e position et renvoie l'image d'un pays qui sous-exploite son potentiel touristique, tout comme l'Italie reléguée à la 10^e place. Deux pays qui partagent pourtant l'un des plus beaux patrimoines culturels, mais qui vivent en bonne partie sur leurs acquis.

<https://www.latribune.fr/20/06/19>.

➔ **L'appel au secours de Venise à l'Unesco.**

Luigi Brugnaro, le maire de Venise de centre droit, est excédé par les ravages du tourisme de masse. Interviewé mercredi 19 juin sur la Radio 24 à l'occasion du Salon nautique organisé par la ville, il s'est exprimé sur l'urgence à laquelle Venise fait face. Après l'épisode traumatisant du paquebot fou qui a fait quatre blessés, le maire dit se sentir « abandonné ». « Je vais écrire à l'Unesco et leur dire : messieurs, mesdames, veuillez nous ajouter à la blacklist. Mettez que la cité de Venise est en danger pour la bonne raison que nous nous sentons en danger ! Le ministre [des Transports] ne nous est d'aucune aide. Venise est en danger. »

À défaut de recevoir du soutien de la part des politiques italiens, le maire en appelle à l'organisation dédiée à la sauvegarde du patrimoine mondial. L'Unesco avait déjà demandé en 2017 au gouvernement italien de prendre des mesures pour protéger la ville avant 2021, menaçant de mettre la ville dans la liste des « sites en péril » pour mieux la préserver. Figurer sur la liste noire de l'Unesco permettrait à Venise de limiter le flux touristique et ses désagréments tout en autorisant l'action des ONG, mettant alors le gouvernement à part dans les discussions de préservation du site.

En interpellant directement l'Unesco, le maire anticipe les potentiels dégâts causés par le tourisme de masse et ses dérives tout en s'affirmant contre son gouvernement. Si la ville venait à rejoindre la liste du patrimoine mondial en péril, elle suivrait de peu Vienne (2017), le centre de Jérusalem, de nombreux sites palestiniens, mais aussi le parc naturel des Everglades (États-Unis), entré en 2010. Cette liste vise à protéger les sites historiques et naturels, notamment des conflits armés et de la guerre, des catastrophes naturelles, de la pollution, et autres facteurs pouvant altérer des sites du patrimoine mondial. Entre situation de « péril prouvé », dont les menaces imminentes, ou situation de « mise en péril », dont les menaces pourraient avoir des effets nuisibles sur leurs valeurs de patrimoine mondial. 30 millions de visiteurs par an

En 2017, de nombreuses mesures avaient été prises dans le cadre de la campagne « Enjoy Respect Venezia », en vue de rendre le tourisme plus durable (officieusement, supportable). La mairie avait annoncé une série de lois et des amendes pouvant aller jusqu'à 500 euros si on se promène en maillot de bain, se baigne dans les canaux ou en cas de détérioration de l'espace public.

Venise voit passer presque 30 millions de visiteurs par an, soit à peu près 114 fois la population locale. Entre les cadenas sur les ponts et les grillages, les voyageurs qui s'allongent sur les bancs, la cité des Doges et sa lagune mythique souffrent. Parmi les facteurs de la fragilisation du patrimoine, les 600 paquebots qui font escale chaque année et dont les remous altèrent les fondations du centre-ville

<https://www.lepoint.fr/21/06/19>.

➡ **Plus de 6 Français sur 10 envisagent de partir en vacances cet été.**

Une étude menée par Cofidis montre que davantage de Français envisagent de partir en vacances se changer les idées cet été : ils sont 62% cette année, contre 51% pour l'été 2018. Une augmentation qui sera accueillie favorablement par les professionnels du tourisme ! Par contre, ces derniers devront se contenter d'un budget un peu plus faible : les vacanciers français comptent en effet dépenser 1 765 euros en moyenne pour leurs vacances d'été, contre 1 787 euros l'an dernier. En fonction de la catégorie socio-professionnelle, la volonté de partir en vacances est plus moins forte (et possible) : 81% des cadres supérieurs, mais 56% seulement pour les ouvriers.

Plus d'un Français sur deux (55%) économise tout au long de l'année pour pouvoir partir en vacances. 40% vont puiser dans le budget des dépenses courantes, 20% dans le bas de laine de l'épargne à long terme. 18% vont saisir l'opportunité offerte par les chèques vacances. Les Français ne sont pas les plus fourmis en Europe quand il s'agit de mettre de côté pour payer les vacances : les Espagnols sont 64% à économiser tout au long de l'année, 57% des Portugais, et même 56% des Britanniques.

Bonne nouvelle pour l'industrie française du tourisme : 51% des vacanciers français comptent rester dans l'Hexagone cette année. La Nouvelle-Aquitaine (21%), l'Occitanie (16%) et PACA (15%) sont des régions de prédilection. Plus de 4 Français sur 10 vont se rendre en dehors du territoire, à commencer par l'Espagne (8%), le Portugal (5%) et l'Italie (4%)

<https://www.journaldeleconomie.fr> 24/06/19.