

Les boules!

Consommation et tourisme sont frappés de plein fouet, mais un rattrapage reste possible ensuite. Pour le moment...; Les Gilets jaunes gâchent le réveillon économique

Emmanuelle Ducros

1,025 mots

4 décembre 2018

L'Opinion

LOPINIO

Français

Copyright 2018 L'Opinion All Rights Reserved

Après trois semaines de manifestations, des blocages divers et un second week-end d'émeutes à Paris et ailleurs en France, les effets économiques du mouvement des Gilets Jaunes commencent à se faire sentir de manière aiguë. Selon le ministre de l'Economie, le manque à gagner atteint 15 % à 25 % des chiffres d'affaires dans la grande distribution et 20 % à 40 % dans le commerce de détail, au cœur de la période faste de l'année.

C'est une jeune PME maraîchère : la champignonnière Lou est installée depuis trois ans en Ille-et-Vilaine où elle a recruté 130 personnes. Mais rien ne va plus depuis que le mouvement des Gilets Jaunes l'empêche de livrer ses produits. Dix tonnes de champignons ont été jetées, malgré les distributions gratuites et les dons aux associations. La perte de chiffre d'affaires met en péril la société et ses salariés, alerte l'entreprise.

L'Ania, organisation professionnelle de l'agroalimentaire, s'est émue lundi des effets de trois semaines de blocage : « A l'approche des fêtes de Noël, période qui pèse pour 20 % du chiffre d'affaires annuel du secteur, les conséquences sont lourdes sur toute la chaîne. Désorganisation de la production et chômage technique, brouillage des relations avec la grande distribution qui entraîne des pénalités ou des frais de re-livraison, destruction de produits frais et impossibilité d'honorer les commandes à l'export... Les pertes pourraient s'élever à 13,5 milliards d'euros », s'inquiète Richard Girardot, le président de l'Ania.

Centres-villes en péril. Le ministre de l'Economie, Bruno Le Maire, a donné lundi matin une première estimation des dégâts depuis le début du mouvement. Selon ses services, pour le secteur de la distribution, l'impact cumulé sur le chiffre d'affaires atteint 15 % à 25 % dans les supermarchés, de 20 % à 40 % pour le commerce de détail, et entre 20 % et 50 % dans la restauration.

Pour des pans entiers du commerce des centres des petites et moyennes villes, déjà en situation de trésorerie périlleuse, cela peut être fatal. Le **conseil national des centres commerciaux (CNCC)** demande déjà que soit élargi le régime des ouvertures dominicales, au-delà des fêtes de fin d'année, de façon à faciliter un éventuel rattrapage de ventes.

Le secteur du tourisme va, lui, être touché de plein fouet par les images des violences. « Le coût direct est une baisse des réservations de 30 % dans l'hôtellerie à Paris pour les fêtes », calcule Didier Arino, président du cabinet spécialisé Protourisme. L'année 2018 avait été exceptionnelle jusqu'ici, donc l'effet sera limité à court terme.

« A moyen et long terme, il est désastreux, poursuit Didier Arino. Cela brise la dynamique très forte de l'attractivité française, retrouvée après les attentats de 2015. L'Espagne ne va pas bien, le Brexit pénalise le Royaume-Uni... La destination France s'en trouvait réenchantée. Les images effrayantes de Paris enrayment les deux moteurs de la croissance du tourisme français : le rayonnement de la capitale et la clientèle étrangère. » Le président de Protourisme chiffre le manque à gagner potentiel à plusieurs milliards d'euros. Il faut craindre des conséquences sociales lourdes dans les régions touristiques, notamment en Ile-de-France où le tourisme représente 10 % du PIB.

Quel sera l'effet pour l'économie dans son ensemble ? « Ne sous-estimons pas l'impact psychologique de ces violences sur tous les Français », a imploré Bruno Le Maire. De fait, vu l'importance des dégradations de samedi, « il est à craindre que, même en cas d'affaiblissement de la mobilisation, un effet psychologique conduise, par précaution, à de moindres fréquentations des commerces proches des lieux occupés par les gilets jaunes lors des journées d'actions », observe Véronique Janod, économiste chez Natixis. Beaucoup de Français préféreront rester chez eux.

Certains achats sont alors perdus à jamais (restauration, hôtellerie...) mais la majorité sera reportée (pour les biens durables, comme les consoles et autres cadeaux de Noël, à la différence des biens périssables, comme l'alimentation), ou substitués, ou encore réalisés via internet. « Les consommateurs adaptent leur comportement, privilégiant des jours et circuits différents pour faire leurs courses », note la société d'études de marché Nielsen. Ainsi samedi, les magasins français ont subi en moyenne une baisse de 8 % de leurs ventes de produits de grande consommation, contre -35 % le samedi 17 et -18 % le 24.

Second souffle. Même si les pertes d'activité sont impressionnantes dans l'immédiat, l'économie tricolore n'est donc pas, à ce stade, fragilisée à moyen terme. L'activité a par exemple rattrapé au troisième trimestre le retard provoqué par les grèves Air France et SNCF au deuxième. Selon les analystes d'ING, l'impact des manifestations sur le PIB du 4e trimestre ne sera pas perceptible, en dehors du secteur des ventes de détail.

En outre, l'optimisme est toujours permis en matière d'emploi. Certes, des entreprises envisagent du chômage partiel et la non-reconduction de certains contrats de travail. Mais les intentions d'embauches demeurent élevées et le chômage devrait continuer de baisser. « Ceci, avec des prix du pétrole moins élevés et la baisse des charges fiscales de la seconde partie de 2018, devrait permettre à la consommation privée de reprendre du souffle en 2019 », espère ING.

De plus, afin d'apaiser la colère des Gilets jaunes, le gouvernement pourrait prendre des mesures favorables au pouvoir d'achat des ménages (certes limitées vu la faible marge de manœuvre budgétaire) qui soutiendraient la croissance à court terme. La question cruciale serait plutôt celle d'un éventuel dérapage du déficit public en 2018, en cas de mise en place de nouvelles aides et surtout de réduction des impôts... D'autant que les recettes fiscales risquent de diminuer à court terme avec les reports de consommation, alors que la fin d'année est décisive en la matière.



Inquiets des violences, les Français ont renoncé au shopping des fêtes dans les magasins, préférant attendre ou commander en ligne.

Sipa Press

Document LOPINIO020181203eec4003k9