

Cellule de crise économique CCIAMP

Covid-19 : impact économique dans les Bouches-du-Rhône

19 novembre 2021

Edition #19



URGENCE COVID-19

04 91 39 34 79
urgencecovid19@ccimp.com

 CCI AIX MARSEILLE
PROVENCE

 République Française

Table des matières

Mobilisation de la CCI métropolitaine Aix-Marseille-Provence.....	3
Cellule Urgence Covid-19 de la CCIAMP.....	3
Communication multi-canaux sur les mesures et initiatives	3
Poursuite de la mobilisation des têtes de réseaux et VIP.....	4
Indicateurs économiques métropolitains de la crise Covid-19.....	5
Démographie d’entreprises : créations et radiations.....	5
Etablissements actifs avec procédure collective	6
Demandeurs d’emploi (cat. A).....	7
Dispositifs financiers de soutien aux entreprises.....	10
Point de conjoncture CCI Aix-Marseille-Provence : bilan 1 ^{er} semestre 2020 ; perspectives 2021	11
Point de conjoncture CCI Pays d’Arles	15
Etat des lieux commerces et CHRD	16
Commerces de proximité.....	16
E-commerce	16
Cafés-Hôtels-Restaurants-Discothèques.....	17
Zoom sur la filière Tourisme et Art-de-vivre.....	19
Remontées des fédérations et groupements professionnels.....	22

MOBILISATION DE LA CCI METROPOLITAINE AIX-MARSEILLE-PROVENCE

Cellule Urgence Covid-19 de la CCIAMP

La cellule Urgence Covid, maintenue en activité malgré le très faible nombre de sollicitations d'urgence, traite principalement trois sujets :

1. Les difficultés financières :

- Demande de différé de remboursement de l'avance remboursable du fond départemental d'urgence [i.e. fonds géré par la CCIAMP]
- Difficulté liée à l'activité qui ne reprend pas
- Difficulté liée aux augmentations des tarifs des matières premières

2. Questions sur le protocole et le pass sanitaires :

- Jusqu'ici le protocole sanitaire interdisait expressément toute consommation debout, la levée de cette règle est-elle actée ?
- Quels sont les professionnels concernés par l'obligation du pass sanitaire ?
- Le pass sanitaire doit-il être demandé pour une inauguration privée d'une boutique d'épicerie fine ?

3. Questions sur l'éligibilité à l'aide « Coûts fixes » :

- Dans quelles mesures notre entreprise peut intégrer le dispositif de prise en charge des coûts fixes proposé dans le cadre du fond de solidarité (activité saisonnière liée au tourisme) ?
- Cette aide concerne-t-elle uniquement les reprises de fonds de commerces ou aussi les créations ?

Communication multi-canaux sur les mesures et initiatives

Depuis mars 2020 et pour jouer pleinement son rôle de guichet unique, la CCI métropolitaine Aix-Marseille-Provence a lancé plusieurs actions de communication sur les mesures prises par le gouvernement et sur l'accompagnement qu'elle propose aux entreprises du territoire.

L'urgence

- **Une page internet dédiée** aux mesures d'urgence pour accompagner les entreprises et les démarches pour en bénéficier, constamment mise à jour, en fonction des annonces et parutions officielles des textes réglementaires. Cette page rassemble également toutes les informations et outils clés à connaître. Cette [page](#) a reçu 875 visites en septembre / octobre.
- **Des fiches pratiques** qui détaillent pour chaque mesure : de quoi parle-t-on ? pour qui ? comment ? quand ? 28 fiches pratiques ont été réalisées.

Les fiches suivantes ont été créées :

- [Fiche pratique #28 - Dispositif loyers](#)
- [Fiche pratique #27 - Fonds de transition](#)

Des mises à jour ont également été effectuées dans les dernières semaines, pour prendre en compte les modifications apportées aux aides et mesures :

- [Fiche pratique #6 Chômage partiel](#)
- [Fiche pratique #14 Quel rôle pour les services de santé au travail ?](#)
- [Fiche pratique #25 Prise en charge des coûts fixes](#)
- [Fiche pratique #26 Aide à la reprise - Fonds de commerce 2020](#)

- **Des décryptages réguliers** sur les annonces et plans d'aide.

50 décryptages ont été publiés depuis mars 2020.

- **Le relais des actions nationales** lancées par CCI France (vidéos explicatives, campagnes)

La relance

En plus des informations consacrées aux aides et mesures d'urgence, la CCIAMP assure le référencement de solutions pour accompagner le maintien ou la relance des activités des entreprises. Elle anime une page carrefour sur son site internet, dédiée à la relance :

France Relance : comment la CCIAMP peut vous aider ?

<https://www.cciamp.com/francerelance>

Elle publie régulièrement des décryptages sur les appels à projets et appels à manifestation d'intérêt dans le cadre de France Relance, ainsi que 3 articles sur les diagnostics qu'elle propose :

- [Diag 360°](#)
- [Diag transition écologique](#)
- [Diag transition numérique](#)

Toutes les informations nouvelles ou mises à jour, ainsi que le calendrier des événements organisés par la CCIAMP, sont présentés chaque semaine dans la newsletter de la CCIAMP envoyée à 26 000 chefs d'entreprise du territoire.

Poursuite de la mobilisation des têtes de réseaux et VIP

Dans le cadre de la cellule d'urgence et de relance, la CCI métropolitaine Aix-Marseille-Provence est en contact régulier avec les représentants des réseaux entrepreneuriaux locaux : chambres consulaires, fédérations et groupements interprofessionnels et professionnels, associations de commerçants, associations de zones d'activité. 147 réseaux entrepreneuriaux sont ainsi animés. Chaque mois, une réunion en visio-conférence est organisée avec chacune de ces cibles pour faire un point d'actualité, identifier les difficultés et être force de propositions en matière d'aides ou d'outils pour accompagner au mieux les entrepreneurs.

Quatre groupes ont été constitués :

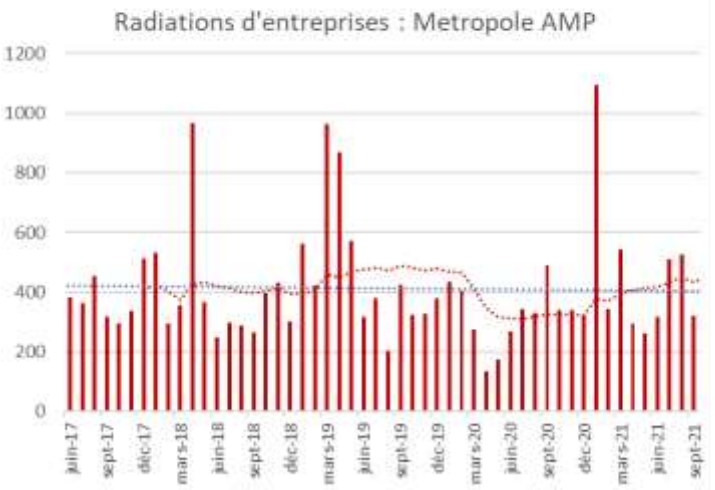
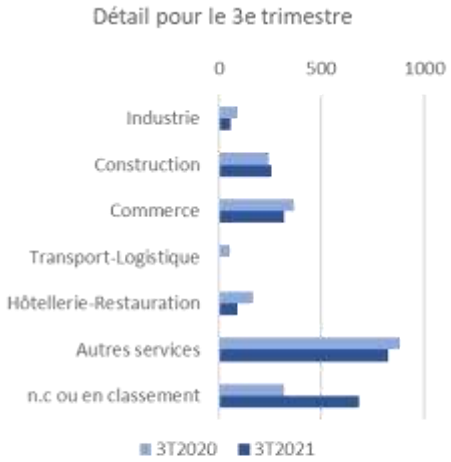
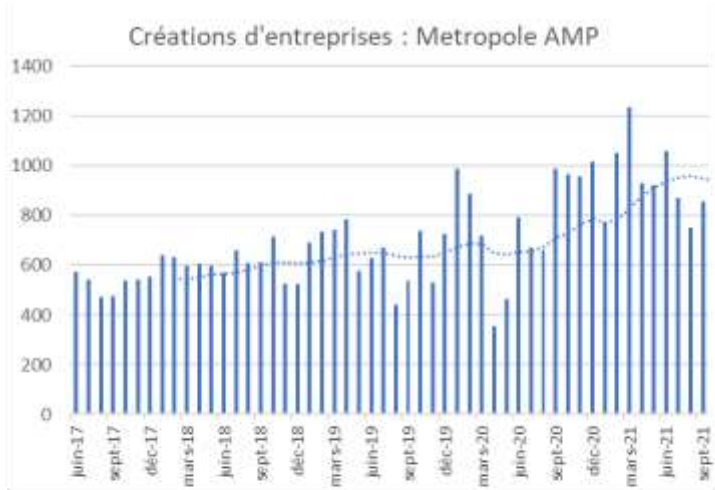
1. Les chambres consulaires, les interprofessions, l'ordre des experts-comptables, la compagnie des commissaires aux comptes, l'ordre des avocats ;
2. Les fédérations et groupements professionnels ;
3. Les associations de commerçants ;
4. Les associations de zones d'activité.

Toute nouvelle mesure, aide, information est communiquée à ces réseaux par mail et sur le site : www.cciamp.com. Tout questionnement émanant de ces réseaux est traité par la CCIAMP ou transmis à la Préfecture si la réponse n'est pas connue. La CCIAMP sollicite, chaque mois, les fédérations et groupements interprofessionnels et professionnels sur leur analyse de la situation économique. Vous trouverez, dans le chapitre qui leur est consacré, leurs contributions et leurs questionnements par rapport à la situation sanitaire actuelle.

INDICATEURS ECONOMIQUES METROPOLITAINS DE LA CRISE COVID-19

Démographie d'entreprises : créations et radiations

Après une année 2020 qui a connu un recul historique des radiations¹ ainsi que des records de créations d'entreprises, le retour à la moyenne de long terme se poursuit pour les radiations, sans qu'il soit encore possible de dire si un rattrapage est à l'œuvre. La dynamique des créations reste à un niveau élevé mais tend vers un plateau, toutefois 2021 s'annonce comme une nouvelle année record.



Source : DADT-CCIAMP d'après données Infogreffe – Registre National du Commerce et des Sociétés

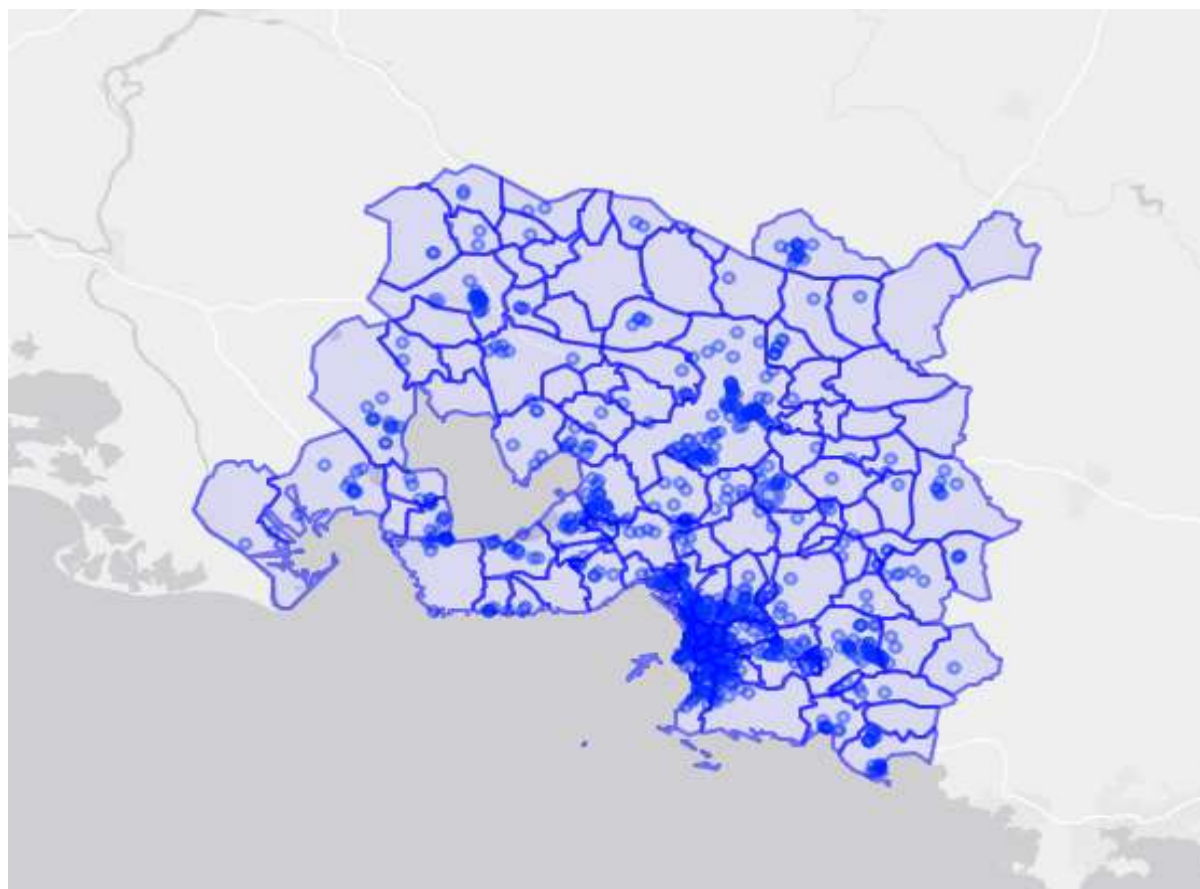
¹ La radiation est la dernière étape administrative d'une fermeture d'entreprise, après la dissolution et la liquidation. Il peut donc exister un décalage notable entre le début effectif des difficultés d'une entreprise et l'observation de sa radiation. Les données doivent être considérées comme provisoires pour le dernier trimestre.

Evolution des créations et des radiations d'entreprises par rapport à la même période de l'année précédente

Metropole AMP	3e trimestre 2021/2019	3e trimestre 2021/2020	Janvier à Septembre 2021/2020
Immatriculations	50%	7%	30%
Radiations	34%	16%	47%
Bouches-du-Rhône			
Immatriculations	50%	7%	29%
Radiations	15%	12%	51%
France			
Immatriculations	24%	0%	31%
Radiations	-2%	0%	17%

Source : DADT-CCIAMP d'après données Infogreffe – Registre National du Commerce et des Sociétés

Etablissements actifs avec procédure collective

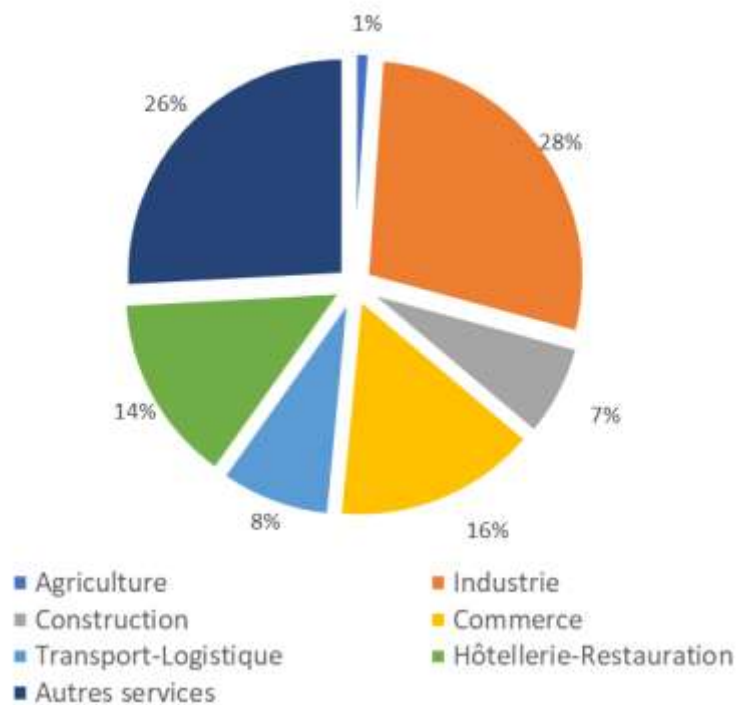


Source : DADT-CCIAMP d'après données DIANE, SIRENE et MAGE-CCIAMP

Au 5 novembre, ont été identifiés sur le territoire de la Métropole Aix-Marseille Provence :

- 985 établissements ayant une procédure collective en cours (privés ou associatifs) ; 104 concernent des établissements dont le siège social est situé hors du territoire départemental.
- 4400 emplois considérés comme fragilisés (pour les seuls établissements actifs sous procédure collective).

Répartition des emplois fragilisés



Demandeurs d'emploi (cat. A)

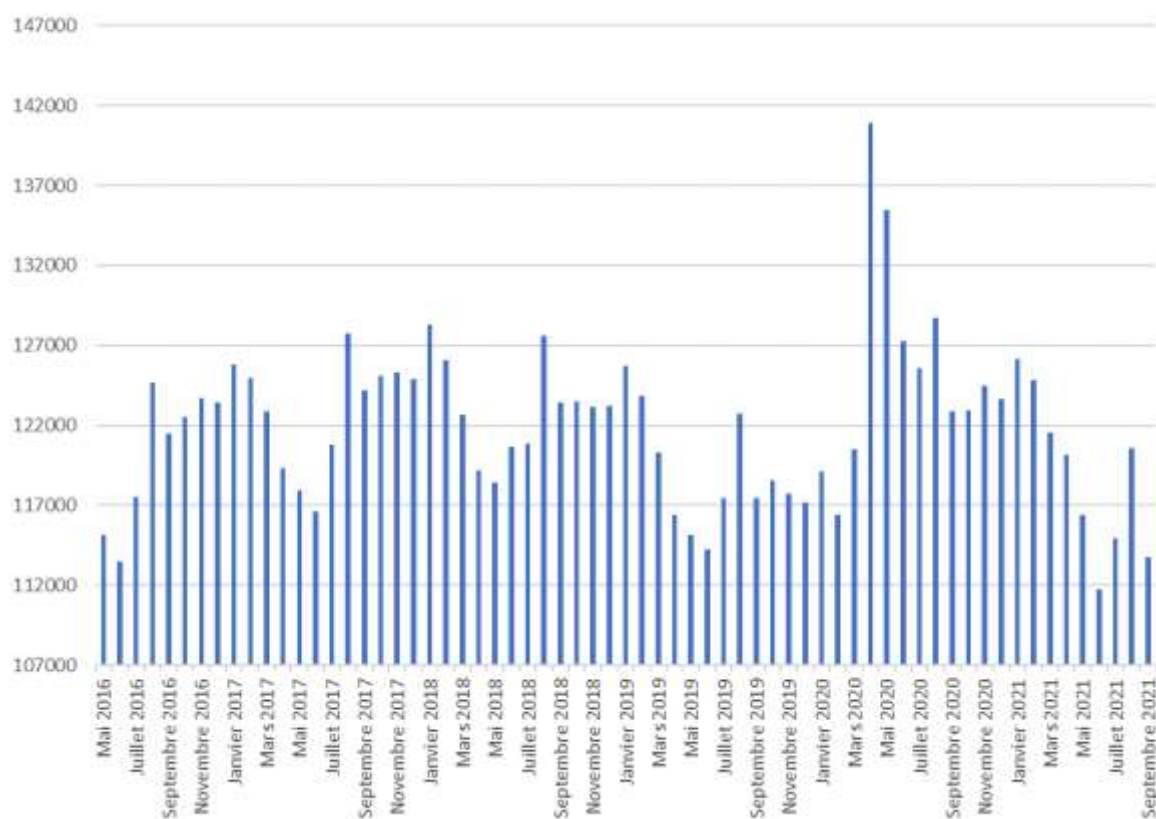
La métropole Aix-Marseille-Provence² connaît un recul du nombre de demandeurs d'emplois avec une évolution de -7,4% sur un an³. Ce recul est identique à celui du département (-7,6%) mais moins important qu'au niveau national (-10,1%).

A fin septembre, 43% des demandeurs d'emploi (DEFM cat. A) sont considérés de longue durée (plus d'une année de chômage) sur la métropole Aix-Marseille-Provence, soit la moyenne départementale.

² Pour des raisons de disponibilité de la donnée par Pôle Emploi, seules les communes de plus de 5000 habitants (pour Pôle Emploi) sont ici prises en compte.

³ Les données sont arrondies à la dizaine par Pôle Emploi au niveau communal, cela implique une dégradation de la précision, en particulier en présence de faibles volumes.

**Demandeurs d'emploi inscrits en fin de mois à Pôle emploi (Cat.A)
Métropole AMP***

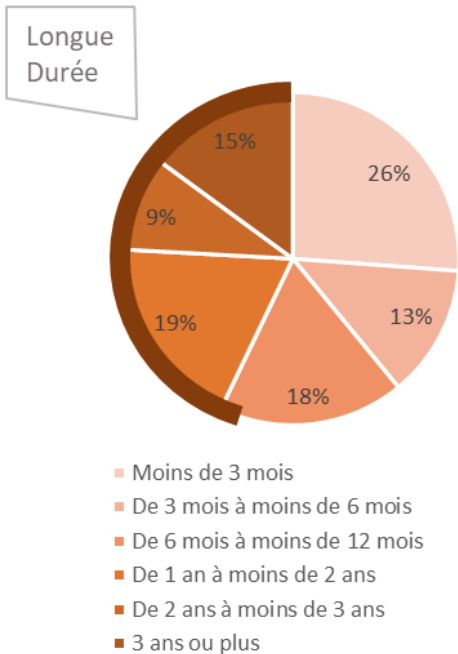


	<i>Septembre 2019</i>	<i>Septembre 2020</i>	<i>Septembre 2021</i>	<i>Evol.%</i>
Métropole AMP*	117 440	122 850	113 790	-7,4%
Bouches-du-Rhône	130 520	136 990	126 630	-7,6%
France	3 305 030	3 572 740	3 211 490	-10,1%

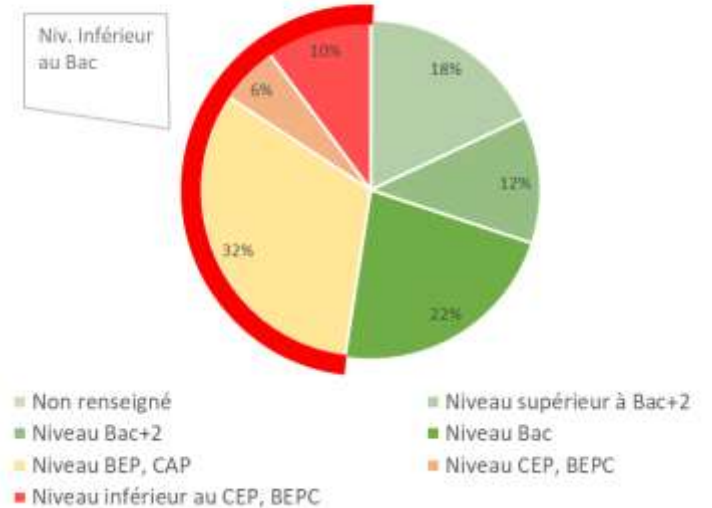
Source : Pôle emploi - STMT, Données brutes.

* Pour des raisons de disponibilité de la donnée par Pôle Emploi, seules les communes de plus de 5000 habitants (pour Pôle Emploi) sont ici prises en compte.

DEFM Cat.A -Septembre 2021

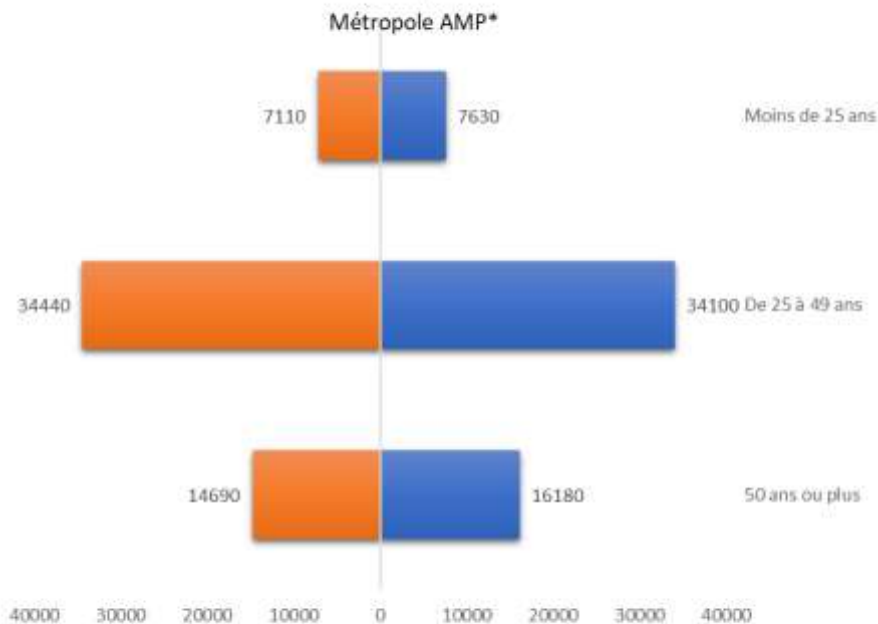


DEFM Cat.A -Septembre 2021



A fin septembre, 48% des demandeurs d'emploi (cat. A) ont un niveau de formation inférieur au Bac, sur la métropole Aix-Marseille-Provence* comme au niveau départemental.

DEFM Cat.A -Septembre 2021



On dénombre 56 240 demandeuses d'emploi de catégorie A contre 57 910 demandeurs à fin septembre 2021 sur la métropole Aix-Marseille-Provence*. Le taux de féminisation est donc de 49%, comme au niveau départemental.

Source : DADT-CCIAMP d'après données Pôle Emploi – STMT, Données brutes

* Pour des raisons de disponibilité de la donnée par Pôle Emploi, seules les communes de plus de 5000 habitants (pour Pôle Emploi) sont ici prises en compte.

Dispositifs financiers de soutien aux entreprises

Suivi des dispositifs "consommés" par les entreprises des Bouches-du-Rhône (<https://aides-entreprises.data.gouv.fr/>)

Fonds de solidarité

NB : Les demandes d'accès au fonds pour septembre étaient ouvertes jusqu'au 31 octobre 2021. Depuis cette date, le fonds est ouvert uniquement aux entreprises des départements et territoires d'outre-mer.

Date	Montant M€	Nombre d'aides	Nombre d'entreprises	Top 3 des secteurs bénéficiaires
12/11/2021	1 312,86 (+61,72)	392 921 (+8 032)	73 467 (+62)	Hébergement et restauration ; Commerce ; Activités spécialisées (scientifiques et techniques)
13/09/2021	1 251,14	384 889	73 405	
30/06/2021	1 108,77	361 601	73 211	
30/04/2021	851,83	314 023	72 577	
03/03/2021	634,68	272 915	71 671	
01/02/2021	520,49	250 367	70 666	
30/12/2020	434,56	230 622	68 739	

Prêts garantis par l'Etat

Ouvert jusqu'à juin 2022.

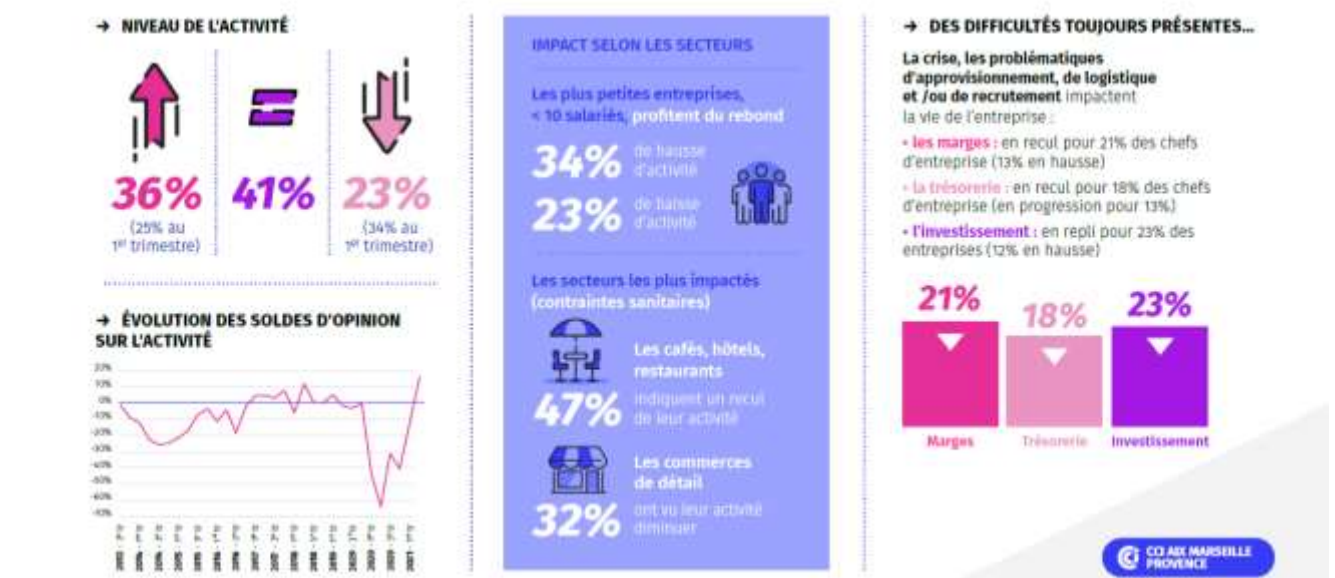
Date	Montant M€	Nombre	Top 3 des secteurs bénéficiaires
29/10/2021	5 515,4 (+21,1)	25 885 (+158)	Transport et entreposage ; Commerce ; Construction
03/09/2021	5 494,3	25 727	
30/06/2021	5 415,87	25 522	
30/04/2021	5 410,69	25 143	
19/02/2021	5 231,47	24 715	
22/01/2021	5 158,89	24 398	
18/12/2020	5 083,61	24 013	

POINT DE CONJONCTURE CCI AIX-MARSEILLE-PROVENCE : BILAN 1^{ER} SEMESTRE ; PERSPECTIVES 2^E SEMESTRE 2021

La conjoncture métropolitaine est une enquête trimestrielle réalisée par la CCI métropolitaine Aix-Marseille-Provence auprès de chefs d'entreprise appelés à s'exprimer sur leur activité du trimestre, les perspectives et leurs préoccupations. Pour le 2^e trimestre 2021, 480 chefs d'entreprise ont donné leur opinion.

L'enquête a été réalisée entre le 12 juillet 2021 et le 17 septembre 2021. Elle offre une photographie de la santé économique des entreprises du territoire métropolitain. Cette enquête trimestrielle est aussi l'occasion de les sonder sur leur perception de l'image économique de la métropole.

Activité du 2^e trimestre : rebond de l'activité mais des secteurs toujours en difficulté
Après 5 trimestres en recul, le nombre d'entreprises déclarant une hausse d'activité est enfin supérieur à celui des entreprises qui enregistrent une baisse. A l'exception des cafés-hôtels-restaurants et du commerce de détail qui restent dans le rouge, en raison des nouvelles restrictions d'avril.



ACTIVITÉ DU TRIMESTRE

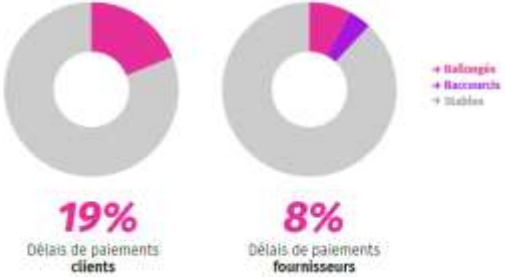
ZOOM

L'approvisionnement reste problématique

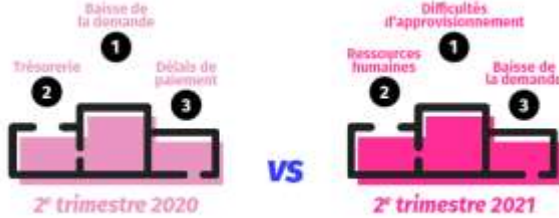
pour les entreprises, en particulier pour la construction, le commerce de gros et l'industrie.

→ IMPACT DE LA CRISE SUR LES DÉLAIS DE PAIEMENT

Des délais encore allongés (clients comme fournisseurs), mais des **Indicateurs qui restent stables** par rapport au 1^{er} trimestre.



TOP 3 des difficultés



Arrêt sur image : des chefs d'entreprise plus que jamais préoccupés par...

En tête des inquiétudes des chefs d'entreprise, on retrouve la crise sanitaire liée à l'épidémie de Covid-19 et ses conséquences : contraintes et manifestations liées au pass sanitaire ou à la vaccination, 4e vague de contamination, ainsi que les problèmes persistants d'approvisionnement.

Dans une moindre mesure et sur le plan international, la situation en Afghanistan.



L'image positive de la métropole se consolide



Bilan 1^{er} semestre 2021 : retour à la stabilité des chiffres d'affaires

La moitié des chefs d'entreprise a retrouvé un chiffre d'affaires supérieur ou égal à celui d'avant la crise.



1 chef d'entreprise sur 2

a retrouvé au 1^{er} semestre 2021 un chiffre d'affaires supérieur ou égal à celui observé avant crise (1^{er} semestre 2019).

→ ÉVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES AU 1^{ER} SEMESTRE 2021 PAR RAPPORT AU 1^{ER} SEMESTRE 2020 PAR GRANDS SECTEURS*



* Pour les CHR, l'évolution annuelle du CA d'un restaurant à notre enquête. **Perte nette** : PPTI négatif. Exemple : pour l'industrie, la moitié des répondants de notre panel a connu une progression de CA supérieure à 27%.

→ ÉVOLUTION MÉDIANE DU CHIFFRE D'AFFAIRES SELON LES SECTEURS



Perspectives 2021 : le rebond se confirme avec des grandes disparités selon les secteurs

La majorité des chefs d'entreprise considère avoir une activité normale ou être en suractivité et anticipe une évolution positive pour le second semestre, malgré des difficultés d'approvisionnement persistantes. Le secteur de l'hébergement-restauration, durement touché, espère un retour vers la normale.

L'arrêt des aides n'inquiète que modérément les chefs d'entreprise.

Pour le 3^e trimestre

→ NIVEAU D'ACTIVITÉ À DATE D'ENQUÊTE (12.07.21 - 17.09.21)

83% des chefs d'entreprise déclarent une **activité normale** ou être en **suractivité**

17% des chefs d'entreprise restent impactés par une **diminution**, voire plus rarement par un arrêt complet de leur activité. Une sous-activité qui touche particulièrement le secteur de **l'hébergement-restauration**.



Toutefois, **71%** des chefs d'entreprise de ce secteur indiquent avoir une activité normale voire être en suractivité pour certains hôteliers.



→ DES INDICATEURS QUI SE NORMALISENT

1 Chiffre d'affaires

31%

des chefs d'entreprise estiment que leur **chiffre d'affaires va croître** (19% anticipent un recul). L'industrie est le secteur le plus optimiste. Les CHR et le commerce de détail restent les plus prudents.

2 Recrutement

11%

des entreprises prévoient une **hausse** de leurs effectifs,

CONTRE

8%

une **baisse**



→ D'AUTRES RESTENT EN RECL

3 Trésorerie, investissement et carnet de commandes sont toujours impactés par 5 trimestres de crise.

Anticipation positive de l'activité pour le second semestre, mais des risques toujours présents.

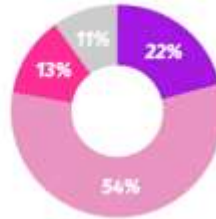


→ PROGRESSION DE L'ACTIVITÉ ET STABILITÉ DE L'EMPLOI

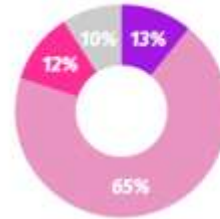
22% des chefs d'entreprise envisagent une progression de leur activité

CONTRE

13% des chefs d'entreprise craignent un recul



Situation envisagée de l'activité dans l'entreprise au 2^e semestre 2021



Situation envisagée de l'emploi dans l'entreprise au 2^e semestre 2021

→ S'améliore
→ Stable
→ Se dégrade
→ NSP

TOP 3 des principaux risques pour les entreprises

1 Des difficultés d'approvisionnement

→ hausse du coût du transport maritime et des matières premières



2 Risque épidémique

→ nouvelle vague et confinement



3 Risque social et économique

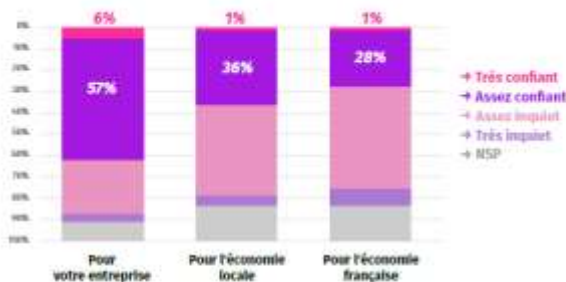
→ baisse ou stagnation de la demande, crise économique



Une confiance toujours intacte dans leur entreprise...

→ CONFIANCE POUR LE FUTUR

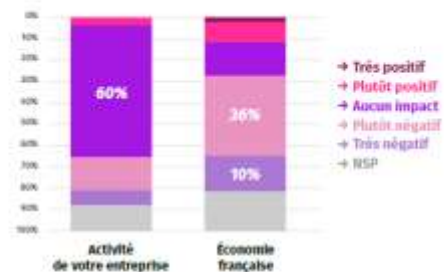
Le niveau de confiance des chefs d'entreprise se maintient, mais se dégrade pour l'économie en général (locale, nationale ou internationale).



... Malgré l'arrêt des aides gouvernementales

→ IMPACT DE LA RÉDUCTION/ARRÊT DES AIDES AUX ENTREPRISES

60% des chefs d'entreprise estiment que l'arrêt des mesures de soutien à l'économie n'aura aucun impact sur leur entreprise (sauf pour l'hôtellerie-restauration). Mais pour **46%**, l'impact sera négatif pour l'économie nationale (36% plutôt négatif, 10% très négatif).



POINT DE CONJONCTURE CCI PAYS D'ARLES

Au niveau industriel, globalement, l'activité est bonne mais l'avenir est encore incertain, avec toujours de nombreuses incertitudes quant aux approvisionnements et aux retards de livraison, ce qui impacte les perspectives.

Concernant le commerce,

- Les activités liées à la fréquentation touristique (notamment les cafés, hôtels et restaurants) ont majoritairement fait une très bonne saison cet été.
- En matière de commerce alimentaire, les ressortissants de la CCI du Pays d'Arles témoignent d'une bonne activité. Ils constatent une dynamique liée à la préparation des repas à laquelle de nombreux consommateurs ont repris goût ces derniers mois. En revanche, de façon paradoxale, des activités telles que les épiceries vracs semblent marquer le pas.
- Les commerçants font, par ailleurs, part de leurs craintes vis-à-vis de l'augmentation du coût de l'énergie, notamment le carburant, et du potentiel impact que cela aura sur la consommation de nombreux ménages sur d'autres produits.
- Enfin, commencent à apparaître les premières difficultés liées aux remboursements des échéances des cotisations sociales et fiscales qui avaient fait l'objet de reports pendant les confinements.

Enfin sans surprise, les employeurs de tous les secteurs d'activités font remonter leurs difficultés à recruter.

A noter : au niveau de la création d'entreprises, la CCI du Pays d'Arles constate une nette reprise de l'activité, avec une fréquentation de son service Création-Reprise en forte hausse par rapport à 2020 et une forte sollicitation en accompagnement des projets.

ETAT DES LIEUX COMMERCES ET CHR D

Commerces de proximité

Alors que les indicateurs tendent vers un « retour à la normale », les ruptures de stocks, l'envolée actuelle des coûts et l'ombre d'une 5^e vague viennent menacer un équilibre encore fragile.

De plus en plus de secteurs sont touchés par les ruptures de stocks et après les secteurs du bricolage et du jouet, le secteur de l'habillement commence à s'alarmer de la situation. Certaines grandes enseignes ayant leurs fournisseurs en Asie pourraient subir des ruptures, notamment sur les grosses pièces. Selon Caroline Baron, présidente de la Fédération Nationale de l'Habillement (FNH) de la Région Sud PACA, pour l'heure, dans les Bouches-du-Rhône, aucune rupture de stocks n'est à craindre dans le retail indépendant, avec, sur la période septembre-octobre, un recul du chiffre d'affaires de près de 15% par rapport à 2019.

Par ailleurs, si l'INSEE a annoncé une inflation modérée à 2,6% en France, Michel-Edouard Leclerc, au regard des taux d'inflation plus élevés en Espagne (5,5%), en Allemagne (5,4%) et aux Etats-Unis (5%), anticipe d'ores et déjà une « sacrée hausse des prix » à la fois sur l'alimentaire et le non alimentaire et craint un fort impact au moment des fêtes de fin d'année.

Centres commerciaux

La levée du pass sanitaire le vendredi 1^{er} octobre fut un soulagement pour les centres commerciaux de plus de 20 000m². Selon Serge Dziwinski, directeur de l'hypermarché Auchan à Martigues, les pertes s'élèvent à 25% de chiffre d'affaires ; « C'est comme si on avait fermé le magasin pendant 15 jours ». Pour le centre commercial Géant de La Valentine (11e), c'est -30% de fréquentation sur la période, à un moment où l'activité commerciale bat son plein pour la rentrée scolaire. Les tentatives de procédure auprès du tribunal administratif pour faire annuler l'obligation de présentation du pass sanitaire, n'auront pas trouvé gain de cause sur le territoire.

Pour faire face à des comportements d'achat qui ont changé avec la crise sanitaire et qui se sont tournés vers l'équipement de la maison, le sport, le bien-être et le homewear, le Village des Marques de Miramas ajuste son offre en accueillant de nouvelles enseignes. « *Nous destinons certains [espaces commerciaux] à un bail de trois ans pour apporter constamment de la nouveauté, opérer des tests de concepts, varier les enseignes ...* ».

E-commerce

Selon la Fevad, le **E-commerce représente aujourd'hui 5% du PIB français** avec un chiffre d'affaires sur le 2^e trimestre, de 32,4 milliards d'euros (tous produits et services confondus) et un panier moyen s'élevant à 63 euros (vs 64€ au 2^e trimestre 2020). Une progression très dynamique due en partie à la reprise des ventes de services. Les ventes internet des commerces physiques ont également augmenté de +35% par rapport à avril 2020 et +141% par rapport à avril 2019.

Textile et habillement

« *Les ventes en ligne d'habillement et de textile ont bondi de +22,2% en 2020* » selon l'Institut Français de la Mode (IFM) ; une forte croissance due aux effets de la crise sanitaire et des confinements. Les résultats s'améliorent également dans les commerces physiques avec +4,9% sur les 7 premiers mois de l'année. Toutefois, si sur la même période le chiffre d'affaires cumulé web et magasins affiche une hausse de +8,8% par rapport à 2020, il reste en retrait par rapport à la même période en 2019 (-13,4%). « *De nouveaux équilibres sont en train de se mettre en place entre achat web et magasin et l'e-commerce va représenter très vite un quart du marché* ».

Quick commerce

Après Paris, les acteurs de la livraison Express (Gorillas, Getir, Cajoo, ...) déploient leurs *dark stores* (entrepôts) dans les grandes villes en France (Bordeaux, Lille, Lyon, ... et bientôt Marseille). Ces *dark stores*, en plein essor, sont installés dans des locaux en ville, au plus près des consommateurs, afin de leur proposer un temps de livraison compris entre 10mn et 20mn. A Marseille, les demandes augmentent auprès des professionnels de l'immobilier et la vigilance est de mise pour ne pas miter les linéaires commerciaux d'un centre-ville encore fragile.

Achat immédiat et paiement différé

La promesse du "Buy Now Pay Later" (Acheter maintenant et payer plus tard), offerte par de plus en plus d'acteurs du e-commerce, « *est une arme redoutable pour convertir ses clients et ne pas les laisser partir sans acheter* ». Adoptée par les consommateurs, cette nouvelle modalité de paiement offre de nombreuses perspectives. Véritable levier marketing, elle lève les freins à l'achat en améliorant l'expérience client et en augmentant le taux de conversion, la fidélité et le panier moyen. Elle est aussi utilisée en cette période de fêtes comme moyen d'économiser des liquidités.

Cafés-Hôtels-Restaurants-Discothèques

Marseille « The Place to Be »

L'attractivité de l'offre de restauration marseillaise a été confirmée cet été par le nombre de réservations sur le site « La Fourchette » qui enregistre un taux de croissance de +53% sur le mois d'août par rapport à 2019 ; un score bien au-delà de celui d'autres villes du littoral comme Montpellier (+22%) et Nice (+3%) et à l'opposé de villes comme Paris, Nantes ou Lyon qui elles, ont perdu respectivement -34%, -41% et -29% de demandes de réservations. C'est donc tout naturellement pour sa dynamique que Marseille a été sélectionnée par le site « La Fourchette », pour accueillir la soirée de remise de ses Awards le 22 novembre 2021 au Palais de la Bourse, afin de récompenser les jeunes chefs talentueux.

Dispositif des terrasses éphémères

Après avoir prolongé d'un mois le dispositif des terrasses éphémères, la Ville de Marseille mène une réflexion pour sa reconduction l'année prochaine. Cette mesure de « *soutien à la reprise de l'activité économique et touristique au sein de la cité phocéenne* » a été chiffrée à plus de 3 millions par la Ville de Marseille. Aujourd'hui, les cafetiers et restaurateurs « *qui ne disposaient jusqu'alors d'aucune autorisation d'occupation de l'espace public et ayant signé la charte* » peuvent le pérenniser sur la période hivernale en payant la redevance annuelle votée en Conseil municipal. Selon M. Cazzola, conseiller délégué à l'espace public, 10% des cafetiers et restaurateurs ayant utilisé ce dispositif souhaitent le pérenniser, soit environ 70 établissements, avec un montant de redevance annuelle allant de 1 800€ à 2 000€.

Difficultés de recrutement

Pour faire face à la pénurie de personnel, les fédérations professionnelles se mobilisent et avancent des solutions : augmentation des salaires « *entre 6% et 8,5%, voire peut-être 9%* », versement d'un treizième mois, mise en place d'un intéressement ou d'une participation ou encore un weekend par mois non travaillé. Toutes ces propositions ne font pas l'unanimité et des accords de branche devront être trouvés.

En attendant, des initiatives sont prises dans certains établissements à l'instar de l'InterContinental Marseille Hôtel Dieu qui, pour attirer les candidats de qualité, « *propose une prime de 500 euros à chaque collaborateur qui aura brillamment transformé l'essai et passé le cap des trois mois en CDI en restauration* ».

A Aix-en-Provence, l'Umih13, souhaite mettre en place une formation d'un mois pour apprendre les bases du métier aux jeunes demandeurs d'emploi et tenter de leur transmettre la passion du métier et du contact avec la clientèle.

Remboursement des Prêts Garantis par l'Etat (PGE)

« Bruno Le Maire a annoncé lundi qu'il prolongeait la distribution des prêts garantis par l'Etat (PGE), pour permettre aux entrepreneurs qui ont besoin de cash de profiter de la reprise. Les restaurateurs et les hôteliers, eux, s'interrogent plutôt sur la façon dont ils vont pouvoir rembourser les prêts garantis contractés en 2020 et 2021 pour survivre à la fermeture forcée de leurs établissements. Président des Collectionneurs, un réseau qui regroupe 350 hôtels en Europe, Xavier Alberti plaide pour que ces PGE soient transformés en obligations perpétuelles (c'est-à-dire sans maturité), à un taux très faible. Une façon d'effacer l'essentiel de la dette sans l'annuler juridiquement ». (Les Echos – 10 novembre 2021)

ZOOM SUR LA FILIERE TOURISME ET ART-DE-VIVRE

Tourisme

En région Provence-Alpes-Côte d'Azur

Selon les données provisoires de Flux Vision Tourisme au 30 septembre 2021, la fréquentation touristique des Français extrarégionaux a fortement augmenté en région Provence-Alpes-Côte d'Azur (+17% par rapport à la même période en 2020). Entre janvier et septembre 2021, la région enregistre une hausse de +20% de fréquentation française en 2020 par rapport à 2019, et encore +6% en 2021 au regard de 2020. Fin octobre, la fréquentation des touristes français continue sa forte progression.

Les clientèles internationales font leur retour en région, spécialement depuis juillet. En septembre, on dénombre deux fois plus de nuitées internationales qu'en 2020 à la même période, mais le niveau de 2019 n'est pas rattrapé : sur les 9 premiers mois de 2021, la fréquentation internationale est en baisse de 40% par rapport à 2019. La baisse est plus limitée sur le cœur de l'été (-21%).

Selon les données MKG au 30 septembre 2021, les taux d'occupation de l'hôtellerie urbaine progressent fortement depuis le début du printemps, pour atteindre des niveaux quasi similaires à ceux de 2019 en juillet et en août (respectivement 75% et 85%, contre 82% et 86% en 2019). La région se classe ainsi première des régions françaises en termes de taux d'occupation en juillet et en août.

Cette dynamique positive s'est poursuivie pendant les vacances de la Toussaint, positionnées du 23 octobre au 7 novembre. Les données de l'Observatoire du CRT, Comité Régional du Tourisme Provence-Alpes-Côte d'Azur attestent d'un bon niveau de fréquentation (+30%/vacances de 2020 et -6%/2019), principalement porté par la clientèle française de proximité et des pays européens frontaliers.

Le secteur hôtelier continue sa dynamique de reprise avec des taux d'occupation se rapprochant de ceux observés avant pandémie (58% vs 60% en 2019). Cette année, le pic de fréquentation est réalisé le samedi 30 octobre (week-end prolongé avec le lundi 1er novembre férié). Pour rappel, fin octobre 2020, la situation sanitaire était beaucoup moins favorable entraînant un second confinement à partir du 29 octobre.

Ces bons chiffres de fréquentation s'expliquent entre autres par la tenue de nombreux événements sportifs (dont, pour les Bouches-du-Rhône : OM- PSG, Marseille-Cassis), de congrès et manifestations culturelles.

Enfin, selon une enquête Atout France effectuée début septembre sur les intentions de séjour des Français et des étrangers pour les 6 mois à venir, la région Provence-Alpes-Côte d'Azur se classe 2^e région de France pour les intentions de séjours des Français et pour celles des Européens de l'Ouest.

Le 4 novembre, le CRT, qui a les yeux désormais tournés vers 2022, a présenté son plan d'actions qui s'articule autour de 6 axes :

- booster les marques de destination à l'international et capitaliser sur des filières à forte valeur ajoutée (vélo, écotourisme, camping, golf),
- retourner sur le terrain, au contact des publics cibles pour accélérer le retour des clientèles européennes de proximité dès le début du printemps,
- relancer l'intermédiation : participation aux salons internationaux professionnels, organisation de deux opérations majeures en région à l'automne 2022, avec proposition d'éductours aux tour-opérateurs présents,

- mettre en place des opérations "séduction" auprès de marchés lointains pour stimuler le retour du grand international. Une attention particulière sera portée à l'allongement de leur durée de séjour pour diluer l'empreinte carbone de leur acheminement. Une mission de ce type est prévue en Russie dès le mois d'avril (Moscou et Saint-Petersbourg), si le contexte sanitaire le permet. Un des objectifs du CRT est par ailleurs d'accélérer les actions de décarbonation et de créer un modèle plus responsable (*électrification des postes à quai pour les bateaux de croisières, coffres d'amarrage pour les yachts afin de mieux préserver la posidonie, actions plus responsables pour l'accueil des grands événements à venir comme les JO 2024, Coupe du monde de rugby 2023, Grand prix de F1, tourisme « 4 saisons » pour limiter le tourisme de masse en juillet-août...*),
- attirer les médias internationaux pour faire des reportages touristiques en région, rencontrer des blogueurs et reporters souhaitant valoriser la région auprès de leur audience,
- capitaliser sur la Coupe du monde de rugby 2023 (10 matches sur les 48 prévus se dérouleront à Marseille et Nice). Des opérations de démarchage et de communication auprès de marchés cibles sont prévues tout au long de l'année, en partenariat avec les 2 villes hôtes.

Dans les Bouches-du-Rhône

A la Toussaint, « première respiration » après la rentrée, le tourisme reste sur un bel élan dans le département : Weekendesque y enregistre une croissance de +5%, équivalente à celle de 2019. Les Bouches-du-Rhône sont en pole-position pour les vacances de la Toussaint et pour l'heure en troisième place pour le 11 novembre.

Ainsi à Marseille, pour la première semaine des vacances scolaires, l'UMIH13, Union des métiers et des industries de l'hôtellerie des Bouches-du-Rhône, annonce un taux d'occupation hôtelière de 70%, un taux comparable à la Toussaint 2019, avant le Covid. Si la majeure partie des touristes attirés notamment par la mer, la douceur des températures et la nature restent hexagonaux, la part des voyageurs étrangers (surtout venus d'Europe) remonte peu à peu, pour atteindre 30% de la clientèle. Les séjours restent cependant assez brefs avec, en moyenne, trois ou quatre nuits passées à Marseille. La seconde semaine des congés de la Toussaint s'annonçait tout aussi favorable avec plus de 50% des chambres occupées en ville mais ce chiffre devrait encore grimper (les réservations de dernière minute sont devenues une pratique habituelle).

La profession touristique retrouve le sourire, tout comme les touristes

Et les perspectives sont positives avec des projets qui vont attirer les foules : l'exposition numérique interactive "Joconde" dès mars 2022 au Palais de la Bourse, en lien avec le musée du Louvre ; la réplique de la Grotte Cosquer (500 000 à 800 000 visiteurs attendus chaque année dès l'ouverture en juin 2022) ; la Coupe du monde de rugby en 2023 (à l'occasion des 200 ans de ce sport, le Stade Vélodrome accueillera six matches dont deux quarts de finale, 400 000 billets ont déjà été vendus sur Marseille), les JO 2024.

L'Office Métropolitain du Tourisme et des Congrès de Marseille (OMTCM) va par ailleurs relancer le schéma de développement touristique et le schéma hôtelier et les étendre à la Métropole avec la volonté de renforcer sa présence sur le terrain et de rapprocher les habitants des touristes. Un laboratoire de l'innovation touristique (LAB M) sera créé en lien avec les opérateurs du secteur, afin de mieux intégrer les habitants à la réflexion, de recenser les bonnes pratiques et d'identifier de nouveaux parcours. Pour le Groupement nationale des chaînes hôtelières (GNC), il existe "trois enjeux majeurs : le développement durable, l'innovation (réfléchir à gagner de la productivité et améliorer les services) et l'emploi".

Art-de-vivre

Marseille-Cassis, les Voiles de Saint-Tropez, la Fiesta des Suds... il est désormais possible de participer, dans le respect des consignes sanitaires, à des événements dont la crise sanitaire nous avait privés pendant un long moment.

Activités sportives

Toutefois, alors que la mise en œuvre du pass sanitaire avait ralenti à l'été le redémarrage des salles de sport, la rentrée s'avère difficile pour les opérateurs, entre craintes sanitaires et peur de s'engager sur des abonnements longs. Pour l'Union Sport et Cycle, toutes les formes d'abonnements sont en retrait alors que les pratiques « à la séance » retrouvent progressivement leur niveau de 2019. Or, le modèle économique des salles de sport s'articule autour des forfaits à l'année.

En parallèle, l'offre, notamment en ligne, s'est développée, pénalisant particulièrement les activités Yoga et fitness. La crise sanitaire incite les gens à faire du sport à leur domicile ou en extérieur. Pour les professionnels, les changements d'habitude des Français sont donc à prendre en compte.

L'Union Sport et Cycle qui regroupe plus de 2000 salles de sport en France estime que le chiffre d'affaires moyen, par rapport à 2019, baisse de 21% en juin, 25% en juillet, 24% en août, 20% en septembre et octobre et évalue le manque à gagner au niveau national, à 285 millions d'euros.

Cinéma

Avec 14 millions d'entrées en salle en France, le mois d'octobre frôle le pic enregistré en juillet, selon les estimations du CNC. Mais, après un été prometteur, depuis fin septembre la dynamique de la fréquentation est mitigée. En octobre 2021, l'activité a progressé au niveau national de +61% par rapport à octobre 2020, mais est en retrait de 29% par rapport à octobre 2019.

Et le retour à la normale n'est pas encore en vue.

Transport maritime de passagers

C'est avec l'arrivée à Marseille, le 2 novembre, du premier ferry de la compagnie Algérie Ferries, que le transport maritime de voyageurs entre l'Algérie et la France, interrompu depuis mars 2020, a repris. La réouverture des liaisons maritimes pour le transport de voyageurs avait été annoncée le 12 octobre par le ministère algérien des Transports, avec une rotation hebdomadaire entre Alger et Marseille, contre deux en basse saison avant l'épidémie, et jusqu'à quatre en période estivale, ce qui représentait plus de 220 000 passagers à l'année. La compagnie française Corsica Linea quant à elle, propose à compter du 9 novembre, un aller-retour par semaine au moins jusqu'à la fin de l'année.

Les liaisons aériennes avaient repris progressivement depuis juillet, avec, au départ de Marignane, un vol hebdomadaire par Air Algérie. Et depuis peu, un autre, à la même fréquence, avec Vueling.

REMONTEES DES FEDERATIONS ET GROUPEMENTS PROFESSIONNELS



Ordre des experts-comptables - Provence-Alpes-Côte d'Azur

Avec cette crise sanitaire, deux catégories de personnes se sont dévoilées : les pessimistes qui annonçaient un tsunami de défaillances et les optimistes qui disaient que la relance serait au rendez-vous.

L'étincelle que nous attendions tous avec impatience a mis le feu aux poudres et force est de constater que la relance est bien là.

Les Français retrouvent un peu de joie et de sérénité en attendant de retrouver leur vie d'avant...

Mais un grain de sable est venu gripper le rouage de la relance : il s'appelle « pénurie » !

Les chefs d'entreprise sont au rendez-vous, les poings serrés et les manches retroussées. Après avoir lutter contre le Covid, contre le confinement, contre le *start and stop*, ils vont devoir lutter contre la pénurie de main d'œuvre et de matières premières.

Cette situation est préoccupante, certes, mais d'une part les chefs d'entreprise de notre région sont agiles et résilients et, d'autre part, nous sommes persuadés que nos pouvoirs publics vont tout mettre en œuvre pour trouver une solution pour mettre fin à ce paradoxe : difficultés de recrutement d'un côté et nombre de chômeurs de l'autre.



Fédération nationale de l'habillement

Pour l'ensemble du territoire, l'activité de la branche sur les mois de septembre et octobre se passe dans des meilleures conditions qu'en N-1 :

- Au niveau du ressenti : d'une manière générale, un travail plus fluide, les consommateurs sont plus en confiance,
- Au niveau des performances : globalement les chiffres d'affaires sont stationnaires ou en hausse (entre 5% et 7%),
- Le danger est sur l'activité du samedi dans les centres-villes et centres-bourgs où, à cause des manifestations anti-vaccin, la fréquentation est en baisse très nette ce jour-là (estimée à -20% par rapport à N-1), au profit des commerces ou centres commerciaux en périphérie. Ce chiffre est inquiétant à l'approche de la *Black Friday* et des fêtes,
- Selon les fichiers clients des boutiques de mode, les consommateurs ont recommencé à circuler d'une ville à l'autre, ce qui est très positif pour le commerce.



FNAIM AMP : Fédération nationale de l'immobilier à Aix-Marseille Provence

Comme pressenti dès le mois de juin, l'année 2021 devrait être une année record en termes de volume des ventes (même supérieure à l'année 2019) et ce, malgré le contexte sanitaire. Les mois « d'après confinement » ont été marqués par une activité extrêmement dynamique et ont permis ainsi de pallier aux mois d'inactivité du marché de la transaction.

Cependant, depuis le début du mois de juillet, la phase de « rattrapage » de l'après COVID semble belle et bien en pause.

Les professionnels de l'immobilier du territoire ne savent pas s'il s'agit d'un essoufflement, d'un atterrissage ou d'un ralentissement de l'activité mais il est certain que, depuis le début de l'été, on assiste à un retour d'une certaine normalité sur le marché de la transaction. En année glissante, l'activité du dernier trimestre de l'année connaît une baisse réelle par rapport à celle du dernier trimestre de 2019. Plusieurs facteurs pourraient expliquer cette nouvelle période de baisse d'activité du marché immobilier local :

- La mise en place du nouveau DPE, diagnostic de performance énergétique, notamment pour les biens construits avant 1975, a connu des ratés dans sa mise en application et a conduit ainsi à freiner la vente de ce type de produits,
- L'opposabilité du nouveau DPE a une réelle influence sur les prix et conduit ainsi certains vendeurs à retirer leur bien du marché, afin de réaliser les travaux de rénovation nécessaires, voire de les repousser,
- Les nouvelles obligations du Haut Conseil à la Stabilité Financière portant sur les financements des crédits immobiliers (apport de 10 à 30%, interdiction de s'endetter au-delà de 25 années) entraînent une mise à l'écart des primo accédants qui voient leurs parcours résidentiels mis de côté,
- L'augmentation du prix de vente pas toujours justifiée par certains propriétaires vendeurs voulant profiter d'une demande extra régionale, freine les projets d'acquisition d'un certain type d'acquéreurs locaux,
- Enfin, les réflexions des entreprises sur la nouvelle organisation du travail engendrée par la crise sanitaire tendent à freiner la mobilité géographique de leurs employés ; le marché perd donc ainsi un certain nombre de porteurs de projets en acquisition ou en location.

Si le marché de l'immobilier existant a donc connu un rythme d'activité très soutenu pendant les périodes de déconfinement permettant de « rattraper » les mois d'inactivité voire au-delà, il faut rester prudent quant au dynamisme des prochains mois : période pré-électorale, tension des prix sur certains secteurs, évolution des modes de travail, contexte législatif... autant de freins possibles à la réalisation de transactions futures.