

Actualité Économie & Business

À L'AFFICHE

Les vigneronns solidaires

La filière viticole, durement frappée par la fermeture de 220 000 restaurants en France, vient de mettre en œuvre une opération de solidarité inédite. Elle s'est lancée dans une collecte de fonds destinée à l'association française des maîtres restaurateurs. Les vigneronns qui souhaitent rejoindre l'opération, amorcée par l'agence Force 4 et le domaine de la Navicelle, s'engagent à verser de 0,20 à 1 euro pour chaque bouteille vendue à un fonds de dotation géré par l'association de chefs. Aujourd'hui, 45 domaines ont déjà répondu à l'appel et s'engagent sur un total de 120 000 bouteilles. L'opération va se poursuivre pendant toute l'année 2021. ● S.A.

lejdd.fr
RETROUVEZ
TOUTE L'ACTU
SUR NOTRE SITE

LE CHIFFRE

46 %

Interrogés sur leurs priorités en matière de travaux publics depuis la crise sanitaire par l'institut Odoxa pour le groupe de BTP NGE, les élus citent en premier lieu - à 46 % - l'entretien de leur voirie. Une priorité fréquemment intégrée dans des programmes plus larges de rénovation urbaine. Arrive en deuxième position la mixité des usages. 29 % des élus souhaitent des investissements en équipements de sport et de loisirs pour rendre leur ville plus inclusive. La transition écologique occupe la troisième place. 25 à 28 % des sondés disent vouloir rénover les équipements existants, lutter contre la pollution et favoriser les solutions de mobilité plus vertes. ● B.B.

COULISSES

Poupées russes chez Danone

Emmanuel Faber risque-t-il de perdre sa couronne de PDG lors du conseil d'administration de Danone demain soir ? C'est l'une des multiples questions en poupées russes qui taraudent tous les protagonistes de cette crise de gouvernance. Si le patron de Danone est confirmé dans son poste, rien ne dit qu'il parvienne à aller au bout de son mandat. L'AG d'actionnaires du 29 avril pourrait ainsi acter son départ ou une dissociation des fonctions au sommet. Autre scénario : les activistes impliqués obtiennent le départ de Faber et font voler en éclats le conseil de Danone qualifié de club « d'old boys and girls » par l'un d'eux. ● B.B.
Sur lejdd.fr RETROUVEZ NOTRE ANALYSE

Le zoom

SeLoger

Le Journal du Dimanche

Des acquéreurs nombreux, confrontés à un manque d'annonces



Pourquoi ça coince côté vendeurs

Ils pensent que les prix vont baisser

1 sur dix avant le coronavirus

1 sur 3 depuis la pandémie

Ils considèrent que c'est le bon moment de vendre

en février 2020
83% avant le coronavirus

début 2021
34%

71% pensent que le niveau de vie va se dégrader

Les vendeurs de biens immobiliers s'inquiètent

PÉNURIE Le marché ralentit à cause du manque d'offres

Porté par un quatrième trimestre 2020 inégalé en volume de ventes, le secteur de l'immobilier continue sur sa lancée en ce début d'année. Peu affecté par la crise, le marché de la vente résiste toujours aussi bien : il enregistre une augmentation des prix en janvier 2021, de plus de 6 % par rapport à janvier 2020, selon le baromètre LPI-SeLoger. Mais une tendance se dégage : face à des acquéreurs de plus en plus nombreux et déterminés à mener à bien leurs projets, le nombre de vendeurs et d'annonces diminue très fortement depuis un an.

Si le nombre d'acquéreurs a peu progressé l'année dernière chez Laforêt immobilier, la demande est repartie en forte hausse (14 points) en janvier 2021. Une observation confirmée chez SeLoger : « Nous n'avons jamais eu autant de visites sur nos sites. Ils enregistrent jusqu'à 70 % de volume de recherches supplémentaires depuis avril », explique Séverine Amate, porte-parole de SeLoger. Et ce n'est pas uniquement du « lèche-vitrines ». La volonté de passage à l'acte se caractérise par une prise de contact avec les agents. » Les mises en relation

entre acheteurs et agents immobiliers ont ainsi augmenté de 20 %. « Malgré une hausse des prix, l'immobilier est accessible grâce à des taux d'emprunt toujours très bas », note M^e Thierry Delesalle, coprésident de l'Institut notarial du droit immobilier. Mais les acquéreurs font face à une quasi-pénurie de biens dans certains secteurs.

La pierre, valeur refuge pour propriétaires frileux

L'ensemble des plateformes immobilières accuse une baisse du nombre d'appartements ou de maisons à vendre de plus de 10 points. La chute est encore plus prononcée sur les sites de particuliers. Les vendeurs gardent confiance dans les professionnels, même si ces derniers voient leurs catalogues s'alléger. Après des années de stabilité, chez Laforêt, un retrait de 11 % des biens mis en vente a été enregistré en 2020. Il se confirme en ce début d'année. « Nous observons une très forte tension. Les stocks ont du mal à se reconstituer », analyse Yann Jéhanno, président de Laforêt. Divers facteurs peuvent l'expliquer : un marché hyperactif depuis plusieurs années, une panne de la construction, ou encore des vendeurs lassés par deux confinements où les visites étaient impossibles. »

La pandémie bouleverse les perceptions des Français dési-

rant se séparer de leurs propriétés, en conjuguant attentisme et pessimisme. C'est ce que révèle l'étude réalisée par OpinionWay pour SeLoger auprès de 886 vendeurs : ces derniers s'inquiètent de l'évolution des prix de l'immobilier au cours des six prochains mois. Plus d'un tiers pense que le prix des maisons et des appartements diminuera, au lieu d'un sur dix avant la crise. Face à cette incertitude, ils ne sont plus que 34 % à juger la période actuelle propice pour vendre, loin des 83 % de février 2020. La pierre fait de surcroît toujours figure de valeur refuge pour des propriétaires frileux à l'idée d'une cession.

Les conséquences économiques de la pandémie effraient : 71 % des vendeurs estiment que le niveau de vie des Français va baisser. Une crainte qui se manifeste particulièrement chez les « secundo-accédants ». « Il y a de vraies inquiétudes concernant les moyens financiers », explique Cécile Roquelaure, porte-parole chez Empruntis. Ils redoutent de perdre leur travail, ou que le chômage partiel empêche l'obtention d'un crédit. » Pénalisés par une pénurie de biens, les projets se décalent dans le temps, ce qui affecte ces vendeurs, qui sont aussi de futurs acquéreurs. ●

MAËL JOUAN

Les raquettes à neige prennent leur élan

MONTAGNE Une PME savoyarde tire parti de l'arrêt des remontées mécaniques, grâce à l'innovation et à des embauches

L'année blanche ne fait pas que des victimes. Si les ventes de matériel de ski alpin chutent, celles de TSL Outdoor, le numéro un mondial de la raquette à neige, atteignent des sommets. La PME savoyarde, qui réalise 80 % de son chiffre d'affaires avec ce produit, devrait en écouler plus de 200 000 paires, dont la moitié à l'export, au lieu de 160 000 l'an dernier. Soit un bond de 35 % de ses ventes, à 14 millions d'euros sur l'exercice 2020-2021, pour un résultat net de 500 000 euros. « Pour accroître le résultat, je pourrais fabriquer en Chine. Mais j'ai choisi de miser sur le made in France », explique son PDG, Philippe Gally.

Un afflux de commandes grâce à la pandémie

Considérée jusqu'ici comme trop peu lucrative pour être mise en valeur par les grandes stations, la raquette conquiert désormais de nouveaux adeptes en quête d'activités de plein air, de surcroît à faible impact environnemental et à forte distanciation sociale. « Elle n'est plus réservée aux seniors. Les familles s'y mettent, des snowboarders en achètent pour remonter des pentes et tracer ensuite dans la poudreuse », se félicite Philippe Gally.

Pour gérer cet afflux de commandes, dopé par le meilleur niveau d'enneigement depuis vingt ans, le fabricant a dû s'adapter. D'autant plus que les 5 000 magasins de sport qui distribuent ses produits

dans le monde ont vu leurs stocks se tarir rapidement, après une saison déjà écourtée l'an dernier par le début de la pandémie. Le fabricant a ajouté une équipe du soir et de nuit à celle de jour et élargi ses effectifs à 110 salariés, pour produire 24 heures sur 24, week-ends compris.

Le haut de gamme et l'écologie, deux marchés d'avenir

Mais les investissements décidés dans l'innovation demeurent la clé du succès actuel. Depuis son rachat en 1986 par Philippe Gally, l'entreprise n'a cessé d'élargir sa gamme, avec une quarantaine de modèles, du débutant au randonneur chevronné. Dans le haut de gamme, la Symbioz, vendue au détail 300 euros (130 euros pour le premier prix), a constitué une rupture comparable à celle du parabolique dans le ski alpin. « Contrairement aux châssis classiques rigides, celui de la Symbioz est flexible, détaille le dirigeant, ce qui procure un confort de marche inégalé. »

Pour répondre aux attentes sur le développement durable, TSL a sorti sur le marché américain la Symbioz Phoenix, conçue avec des matériaux recyclés, avant de la proposer en Europe. « Nous sommes déjà très avancés dans l'écoconception, puisque les éléments endommagés sont remplaçables et que nous nous engageons à fournir les pièces détachées pendant quinze ans. » Pour pallier un enneigement de plus en plus aléatoire, la PME mise aussi sur la diversification, avec les bâtons de marche pour le trail, plébiscité également pendant l'été. ●

FRÉDÉRIC BRILLET



La randonnée, grand succès de l'hiver 2020-2021. ROMAIN BONHOMMET/TSL