

En trompe l'œil

ENSEMBLE

En 2022, la France continue de bénéficier du rebond de l'économie qui a suivi la crise sanitaire du COVID-19. Le produit intérieur brut, PIB, en euros constants augmente de 2,5% après +6,4% en 2021 et -7,5% en 2020. La crise sanitaire est terminée et l'activité économique a bien tenu le choc malgré une conjoncture difficile.

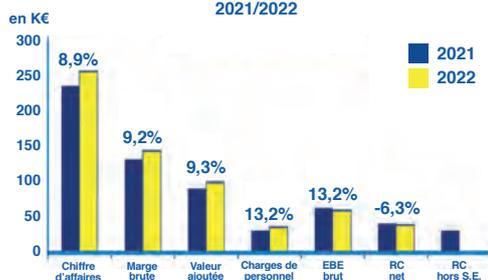
La bonne forme de l'économie française l'année dernière s'appuie sur la croissance enregistrée aux deuxième et troisième trimestres 2021. Et pourtant, en 2022, la forte hausse des prix a limité la reprise de l'activité. Cela étant, le PIB a dépassé son niveau de 2019.



Chiffres clés

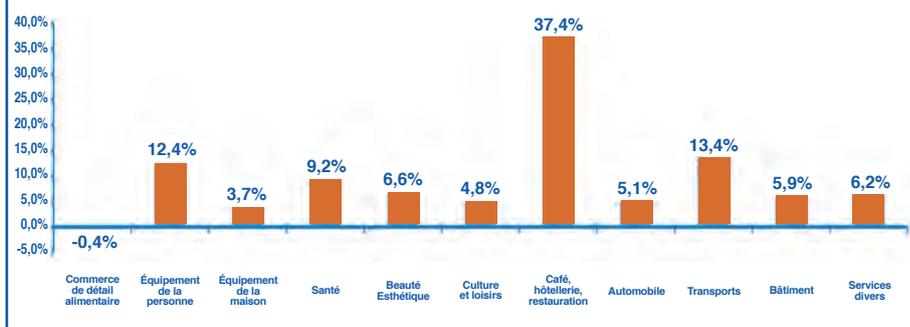
Nombre d'adhérents :	75 179
Chiffre d'affaires moyen :	252 K€
Résultat courant moyen net :	38 K€
Résultat courant moyen brut :	52 K€
Indice des prix :	+5,2 %

ÉVOLUTION DES RATIOS ÉCONOMIQUES 2021/2022

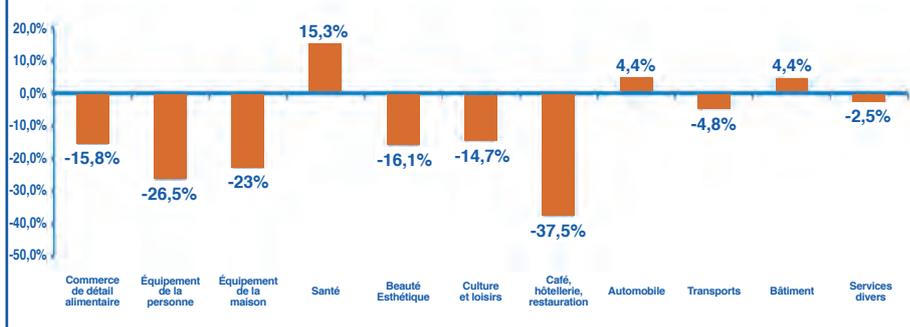


Si la production continue d'augmenter, +3,6% en volume en 2022 contre +7,5% en 2021, tirée principalement par la hausse de la production de services marchands, dont l'hébergement-restauration et les services aux entreprises, la production industrielle ralentit fortement. De son côté, le commerce extérieur pèse sur l'évolution du PIB, -0,6 point, alors que la demande intérieure finale a l'effet inverse, tirée par la consommation effective des ménages, +2,4% en 2022 en euros constants, après un rebond de +5,9% en 2021 et -6,5% en 2020. Les consommations en hébergement-restauration, +37,1%, et en services aux entreprises, +19,3%, sont les principaux moteurs du rebond des dépenses de consommation. A l'inverse, la consommation des ménages en biens affiche une forte baisse. Les évolutions de la consommation en produits alimentaires, -3,5%, et la consommation en gaz-électricité, -9,0%, en sont les principales causes. L'investissement marque le pas en 2022. Sa variation de +2,2% est proche de son rythme des années d'avant crise. Enfin, l'inflation est un des indicateurs forts de cette année. La hausse des prix a été sensible sur les produits alimentaires, +6,1%, et sur l'énergie, +16,5%, mais aussi de façon plus limitée sur les services, +3,1%.

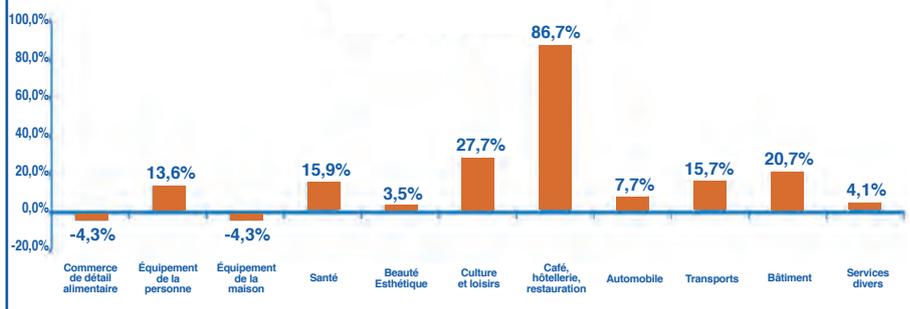
ÉVOLUTION DES CHIFFRES D'AFFAIRES



ÉVOLUTION DES RÉSULTATS COURANTS



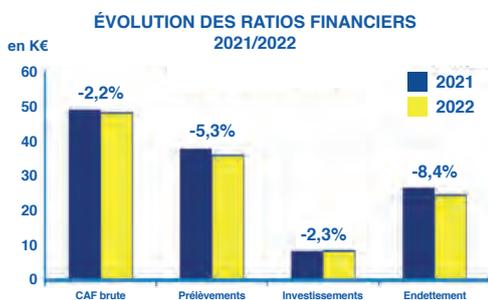
ÉVOLUTION DES RÉSULTATS COURANTS HORS SUBVENTIONS D'EXPLOITATION



ET SECTEURS...

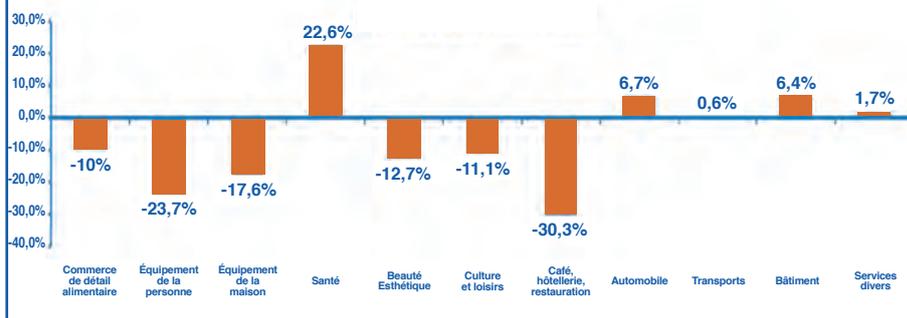
Les indicateurs calculés à partir des données fournies par les OGA adhérents au réseau FCGA-ANPRECEGA montrent la poursuite de la croissance du chiffre d'affaires, +8,9%, après le rebond de 2021, + 6,8%, et la baisse importante de 2020, -3,9%.

En revanche, les résultats courants des entreprises en 2022 présentent un recul marqué, -6,9%, lié pour beaucoup à l'arrêt des mesures d'aides aux professionnels, après une année 2021 exceptionnelle à +14,6% et +3,5% en 2020. L'année 2021 a été celle du rebond après la période de crise liée à la pandémie en 2020.

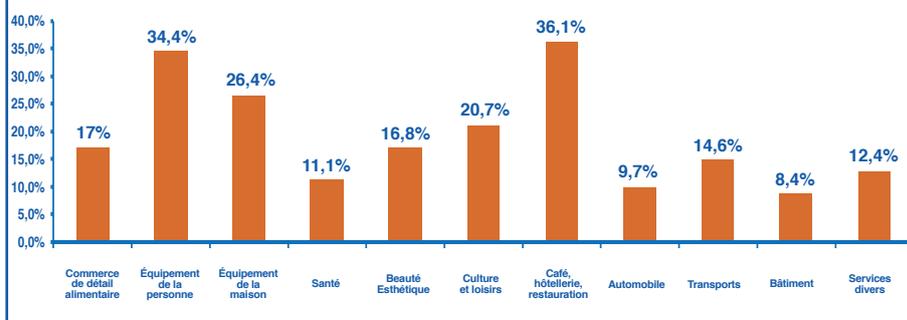


En 2022, tous les secteurs affichent des évolutions de chiffre d'affaires positives à l'exception du Commerce de détail alimentaire qui est stable à -0,4%. C'est le CHR qui attire l'attention avec +37,4% mais faisant suite à -8,0% l'année précédente. Les augmentations des autres secteurs sont homogènes, de +3,7% pour l'Équipement de la maison à +13,4% pour le Transport. Les évolutions des résultats courants nets sont quasi à l'exact inverse de celles de l'activité. Le CHR se démarque à nouveau avec une très forte baisse de 37,5% due à l'arrêt des aides COVID. A l'opposé, le secteur de la Santé crève les plafonds avec +15,3%. Cinq secteurs voient leur rentabilité baisser de façon importante, de -26,5% pour l'Équipement de la personne à -14,7% pour la Culture et loisirs, pendant que les quatre derniers ont des variations modérées de -4,8% pour le Transport à +4,4% pour le Bâtiment et l'Automobile. En lien avec les difficultés de rentabilité, les prélèvements diminuent en moyenne de 5,3%. Tous les secteurs suivent cette tendance, sauf celui de la santé dont les prélèvements moyens augmentent de 10,5%. A l'inverse, la Culture-Loisirs souffre particulièrement et a réduit les siens de 31,8%. La baisse de l'endettement est générale, en moyenne de 8,4%. Les ratios vont de -19,7% pour l'Équipement de la personne à -2,6% pour les services divers confirmant ceux de 2021 après l'explosion des taux en 2020 liée aux offres de PGE.

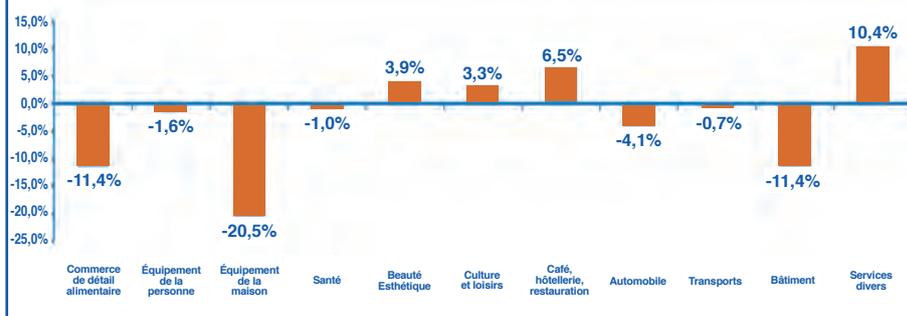
ÉVOLUTION DE LA CAPACITÉ D'AUTOFINANCEMENT



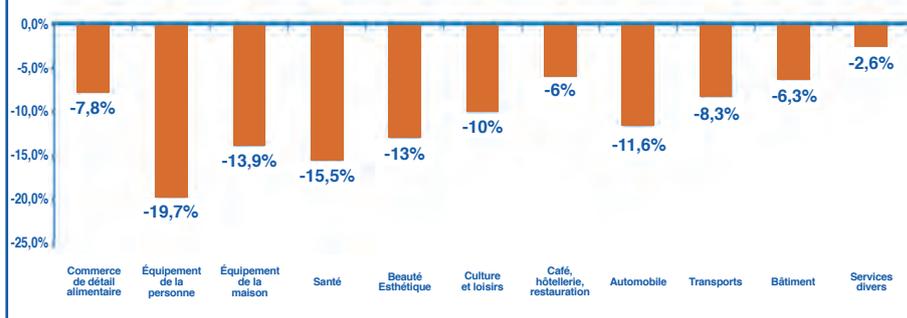
ÉVOLUTION DES PRÉLÈVEMENTS



ÉVOLUTION DES INVESTISSEMENTS



ÉVOLUTION DE L'ENDETTEMENT



TÉMOIGNAGE DE

Madame RONCERAY **L'autre idée du Pain** **Boulangerie Pâtisserie**

à Montsurs (53)



En novembre 2009, nous avons repris une des quatre boulangeries situées à Montsûrs, village de 3 000 habitants, auquel il faut ajouter environ 2 000 habitants autour de celui-ci, dans des communes où il n'y a pas de commerces. Nous avons commencé par travailler à deux, puis nous avons embauché un salarié boulanger. Après les années COVID et deux boulange-

aujourd'hui 6 à travailler dans l'entreprise : un boulanger et un apprenti boulanger, une apprentie en pâtisserie et une vendeuse, ainsi que mon mari et moi-même.

Nous avons dû aussi faire face à une réorganisation depuis que nous sommes deux boulangeries car le recrutement devient compliqué, voire inexistant (pas de candidats du fait des horaires etc).

Depuis notre installation, nous avons vu les habitudes de nos clients - et plus particulièrement depuis le COVID - changer.

Aujourd'hui, les consommateurs font des achats groupés pour plusieurs jours et nous ressentons les incertitudes liées à leur pouvoir d'achat. Nous avons néanmoins choisi de préserver notre personnel, pour la pérennité du commerce et aussi pour garder nos salariés. De ce fait, depuis mi-septembre, avec la boulangerie CHARLOT, nous avons fait le choix ensemble de fermer deux jours par semaine.

Cela nous permet de pouvoir faire face aux dépenses énergétiques, mais aussi de préserver notre personnel et favoriser l'existence des petits commerces...

TÉMOIGNAGE DE

M. Pascal TEPPER **Boulangier-pâtissier**

à Pecquencourt (59)

La boulangerie a été créée par mon arrière-grand-père. Mon père lui a succédé en 1970, puis moi-même en 1992. Mon fils s'apprête à prendre la relève d'ici quelques années. Nous travaillons avec 9 salariés, dont 4 apprentis, 2 à la boulangerie dont 1 en BP et 2 à la pâtisserie. Ma femme gère toute la partie administrative, les relations fournisseurs et la communication...

Nous sommes situés dans une petite ville, où nous avons deux points de vente. Nous avons fait le choix de ne pas multiplier les établissements, car nous voulons garder la maîtrise complète de notre fabrication.

Les principales difficultés que nous

rencontrons actuellement sont liées à la hausse du coût des matières et de l'énergie, au recrutement, notamment pour la vente, et à la complexité administrative croissante.

Pour améliorer le bien-être au travail, pour nos salariés et pour nous-mêmes, nous avons décidé de fermer le mardi et le mercredi depuis le 1^{er} juillet 2023. L'ambiance familiale et la fidélité de nos employés sont indispensables pour le bon fonctionnement de la boulangerie. Ces deux jours de fermeture contribuent également à réduire les coûts de fonctionnement, une diminution qui passe aussi par le remplacement de l'éclairage (Led), le changement de temps de cuisson ou l'investissement sur des fours moins consommateurs...

Nous consacrons beaucoup d'énergie dans la communication, tels que les réseaux sociaux, la TV, ou radio. Pour notre 100ème anniversaire, nous

avons même permis à un client de gagner une voiture.

Nous sommes aussi très présents dans les salons professionnels afin de toujours développer notre notoriété. Grâce à tout cela notre chiffre d'affaires n'a jamais diminué depuis notre installation.

Ayant le titre de meilleur ouvrier de France, je suis régulièrement sollicité pour promouvoir le savoir-faire de la boulangerie française, notamment à l'étranger, afin d'initier le démarrage de machines ou faire la démonstration de produits. J'ai ainsi eu l'opportunité de me rendre au Mexique, en Russie,...ou encore à Dubaï.

La boulangerie pâtisserie artisanale a encore un bel avenir devant elle. Je suis plutôt serein mais cela passe par une remise en cause perpétuelle : être créatif et investir pour être compétitif face à la concurrence.