INFOS NEWS INFOS NEWS INFOS NEWS INFOS NEWS INFOS NEWS

**Journée du 27 juillet 2022**

* En hausse de 0,75% à 6.257 points, le CAC40 a largement récupéré le terrain perdu hier en attendant ce soir le verdict de la Fed.
* La Banque centrale américaine devrait de nouveau relever ses taux directeurs de 0,75 point pour tenter de mieux maîtriser l'inflation.
* Le Fonds monétaire international a abaissé encore ses prévisions de croissance mondiale hier. Le FMI prévoit désormais une croissance mondiale de 3,2% en 2022 (contre 3,6% en avril) et note que l'économie mondiale s'est déjà contractée au deuxième trimestre, avec le ralentissement en Chine et en Russie. Le Fonds a aussi revu en baisse sa prévision de croissance 2023 à 2,9%, du fait de l'impact des politiques monétaires. "Les prévisions se sont significativement assombries depuis le mois d'avril. L'économie mondiale pourrait bientôt se retrouver au bord d'une récession globale", juge l'économiste en chef du FMI, Pierre-Olivier Gourinchas.
* A la clôture, l'euro gagne 0,12% à 1,0131 dollar.
* Le moral des ménages en France a enregistré en juillet un septième mois de baisse consécutif, un pessimisme qui touche tous les aspects de la situation personnelle et financière des ménages, selon l'enquête mensuelle réalisée par l'Insee. L'indicateur qui synthétise la confiance des ménages a perdu deux points pour tomber à 80, bien en dessous de la moyenne de longue période qui est de 100, a précisé l'Institut national de la statistique et des études économiques.

**SOCIETES**

* Le numéro un mondial de la musique en ligne Spotify a annoncé une hausse un peu plus forte qu'attendue du nombre de ses abonnés au deuxième trimestre, mais avec un creusement de sa perte nette liée à la hausse de ses coûts. Entre avril et juin, la plateforme audio suédoise a subi une perte nette de 125 millions d'euros (121,8 millions de francs suisses), contre 20 millions au deuxième trimestre 2021. Toutefois, dans le même temps, le nombre d'abonnés payants a augmenté de 14% à 188 millions, pour un total d'utilisateurs - incluant la version gratuite avec publicités - atteignant 433 millions (+19% sur un an).
* Au premier semestre 2022, Nexity a enregistré un résultat net de 54 millions d'euros contre 75 millions au premier semestre 2021 (- 27%). Le chiffre d'affaires consolidé tombe de 2,06 milliards d'euros à 1,96 milliard d'euros, en retrait de 5%. Compte tenu du durcissement de la conjoncture du logement observée au second trimestre, Nexity anticipe désormais un marché en repli de 17% pour 2022 (environ 130 000 lots contre 157 000 lots en 2021).
* Le groupe de luxe Kering s'est félicité de "très bonnes performances" au premier semestre affichant un bénéfice net qui frôle les deux milliards, en progression de 34% sur un an, grâce à des hausses de ventes en Europe et aux Etats-Unis, compensant le ralentissement en Chine.

Les ventes du groupe dirigé par François-Henri Pinault ont totalisé entre janvier et juin 9,93 milliards d'euros, en hausse de 23% sur un an. Le résultat opérationnel courant de Kering s'élève à 2,82 milliards et sa marge opérationnelle courante est de 28,4% (contre 27,8% en 2021).

"Chacune de nos Maisons a contribué à la forte croissance à deux chiffres du résultat opérationnel de Kering et, ainsi, à l'amélioration de la marge du groupe", souligne le PDG François-Henri Pinault, cité dans le communiqué.

Le fleuron de Kering, Gucci, réalise 5,173 milliards d'euros de ventes (+15%) et une marge opérationnelle courante de 36,5%. La marque a tiré profit des hausse de ventes en Europe de l'Ouest, au Japon et aux Etats-Unis au deuxième trimestre, qui ont compensé "l'impact marqué des confinements en Chine", selon le groupe.

* Carrefour s'est dit confiant mercredi pour le second semestre 2022, après avoir enregistré une hausse de son résultat au cours des six premiers mois de l'année et relevé son objectif annuel de réduction des coûts dans un contexte d'accélération de l'inflation.

Carrefour dit vouloir consacrer une partie des économies réalisées à la préservation du pouvoir d'achat de ses clients, tout en consolidant son modèle économique.

Pour y parvenir, il compte notamment s'appuyer sur ses produits à marque Carrefour, qui représentent désormais 32% des ventes, sur les activités promotionnelles et sur les programmes de fidélité.

En France, son principal marché, les ventes ont progressé de 1,4% en données comparables sur le seul deuxième trimestre, les hypermarchés, très suivis, bénéficiant de leur attractivité en termes d'offre, de prix et de promotion. Les magasins de proximité ont été particulièrement dynamiques, portés par la reprise du tourisme dans les grandes villes.

* Covid ou pas, Teleperformance maintient le cap de la croissance. Au deuxième trimestre, le spécialiste de la gestion externalisée du service clients a enregistré un chiffre d’affaires proche de 2 milliards d’euros, en hausse de 4,5% à données comparables. Retraitée de la forte baisse de la contribution des contrats d’assistance Covid, la croissance organique atteint 14,5%, en accélération par rapport au premier trimestre (+11,1%).

Dans ses activités historiques de service clients, le groupe a connu une croissance particulièrement soutenue dans les zones iberico-Latam (+17% à données comparables au premier semestre) et Inde (+18%). La dynamique est venue des secteurs des médias sociaux, du divertissement en ligne, du e-commerce mais aussi de la santé, des services financiers, des voyages…

**ANALYSES**

* L'horizon s'assombrit pour l'économie mondiale, et les nouvelles prévisions du Fonds monétaire international (FMI) font l'effet d'une douche froide. Sous le double impact de l'inflation et de la remontée des taux d'intérêt (un nouveau serrage de vis de la Fed est attendu mercredi), l'institution table sur un ralentissement beaucoup plus marqué que précédemment, en particulier aux Etats-Unis et en Chine. Et elle souligne la grande fragilité de son nouveau scénario, laissant craindre une évolution encore bien plus dégradée.

L'envolée des prix ne cesse en effet de surprendre, à plus de 8 % cette année (et même +10 % pour les pays émergents), ce qui pèse à la fois sur le pouvoir d'achat des ménages et l'investissement des entreprises. Les restrictions liées au Covid en Chine continuent de désorganiser les chaînes de valeur mondiales. La guerre en Ukraine accroît la flambée énergétique et la crise alimentaire.

Cela fait beaucoup, et les répercussions de cette accumulation de chocs vont aller crescendo. Notamment en Europe, en première ligne face à l'offensive russe. La perspective de plus en plus probable d'une coupure du robinet du gaz par le Kremlin menace de désorganiser l'économie du Vieux Continent cet hiver. Et en particulier son appareil industriel, malgré l’accord des Vingt-Sept, trouvé dans la douleur, pour réduire leur consommation.

L'hiver économique arrive donc très vite, mais l'opinion n'en prend guère conscience à ce stade, d'abord parce que les statistiques de court terme restent dopées par la reprise post-Covid. Les chiffres de croissance du deuxième trimestre attendus vendredi pour la France et la zone euro ne traduiront pas forcément l'ampleur du ralentissement en cours. Et la croissance s'affichera toujours au-dessus de 2 % en 2022.

Mais tous les ingrédients sont réunis pour conduire à une année 2023 redoutable, avec une croissance tombant autour de 1 % seulement en France et en zone euro, comme aux Etats-Unis. Un coup de frein inédit aussi peu de temps après une récession historique.

Dans cet environnement mondial inquiétant, préserver autant que faire se peut l'économie française sans mettre en péril ses finances publiques devrait constituer une priorité politique. Les débats des derniers jours à l'Assemblée nationale apparaissent à tout le moins déconnectés des contraintes budgétaires à venir.

C'est encore l'été sur les bancs du Palais-Bourbon, où les esprits s’échauffent sur le montant des chèques à envoyer (aux collectivités locales, aux ménages se chauffant au fioul...). Mais l'hiver devrait commencer dès octobre pour les députés, avec le débat sur le projet de loi de finances 2023.

**L’AGENDA DU 28 juillet 2022**

**8h45 en France**

Prix à la production en juin

**14h00 en Allemagne**

Inflation en juillet

**14h30 aux Etats-Unis**

PIB au deuxième trimestre

Inscriptions hebdomadaires au chômage