INFOS NEWS INFOS NEWS INFOS NEWS INFOS NEWS INFOS NEWS

**Journée du 20 février 2023**

**INFOS MACRO**

* Les Bourses européennes ont clôturé en ordre dispersé après ne s’être jamais beaucoup éloignées de leur niveau d’équilibre. Le CAC 40 a cédé 0,16% à 7335,61 points après avoir gagné 3% la semaine dernière et touché jeudi dernier en fin de matinée un nouveau record à 7 387,29 points : le précédent datait de début janvier 2022, à 7384,86 points. L'EuroStoxx50 a perdu 0,05% à 4 272,82 points. La raison de cette apathie : les marchés américains étaient fermés en raison du " President's' Day ", qui commémore la naissance de George Washington.

Après cette fermeture et cette journée sans relief, les prochaines séances seront chargées. Deux rendez-vous macroéconomiques majeurs sont attendus par les investisseurs.

Ces derniers tourneront leur attention vers les "minutes" de la Fed, prévues mercredi, alors que les inquiétudes sur une remontée prolongée des taux ont pesé la semaine dernière sur les Bourses. Ils seront aussi attentifs à l'indice des prix PCE en janvier, la mesure privilégiée de l'inflation par la Fed, qui sera en publié vendredi.

* Après avoir évolué en nette baisse la semaine dernière, les cours de pétrole se redressent ce lundi. Ils sont notamment soutenus par le net redressement de la demande de Chine qui devrait importer une quantité record de brut cette année, soit 11,8 millions de barils par jour, sur fond de hausse de la demande à la suite de la réouverture du pays. Vers 17 heures, le Baril de Brent avance de 0,52% à 83,58 dollars tandis que le WTI américain gagne 1,02% à 77,09 dollars.

L'Opep a relevé la semaine passée sa prévision de croissance de la consommation mondiale de pétrole pour 2023, citant principalement l'assouplissement par la Chine des mesures liées à la pandémie de Covid-19 et des perspectives légèrement plus optimistes pour l'économie mondiale.

* Selon Tatha Ghose, Senior Economist chez Commerzbank, " Nous voyons le forint rester vigoureux en 2023, car l'inflation se modère mais la Banque centrale maintient les taux d'intérêt à un niveau relativement élevé. Mais à nouveau en 2024, nous prévoyons un forint plus faible lorsque l'euro recommencera à se déprécier. Les relations avec l'UE et la politique monétaire restent des facteurs négatifs fondamentaux pour le forint ". Le forint s'est fortement redressé au cours du mois dernier à la suite d'une conférence de presse de la Banque nationale de Hongrie.

Cette banque a promis des taux d'intérêt élevés pour une période prolongée et, contrairement à certaines attentes du marché, n'a pas abaissé le taux de dépôt de 18 %.

À peu près au même moment, la Banque nationale de Pologne est devenue nettement plus pessimiste. Comme les institutions internationales sont connues pour négocier le cross PLN-HUF (zloty-forint), les évolutions négatives du PLN (zloty polonais) peuvent automatiquement stimuler le forint.

" Ce rallye pourrait se poursuivre modestement à court terme lorsque l'inflation commencera à se modérer - dans cette fenêtre, nous voyons l'EUR-forint dans la fourchette de 380. Mais nous prévoyons un forint plus faible par la suite, en 2024, lorsque l'inflation s'avérera tenace au niveau mondial et que l'euro recommencera à se déprécier" , souligne Tatha Ghose.

* Les métriques de la dette des départements français devraient se détériorer en 2023, après deux années d'amélioration, indique Fitch Ratings dans une nouvelle revue par les pairs des sept départements français qu'elle note. Les dépenses de fonctionnement augmenteront sensiblement, sous l'effet d'une inflation élevée, de la hausse des coûts de l'énergie et de la révision à la hausse des subventions sociales et des salaires des fonctionnaires, dont les effets commenceront à se faire pleinement sentir à partir de 2023.

Une augmentation du produit de la TVA, stimulée par la hausse des prix, compensera partiellement la croissance des opex.

FitchRatings s'attend à ce que le solde de fonctionnement des départements français diminue à partir de 2023, sous l'effet d'une réduction des droits de mutation à titre onéreux. Ces derniers, assis sur les transactions immobilières, ont fortement augmenté en 2021-2022 (+30% en moyenne pour les départements notés par Fitch), mais devraient diminuer dans un contexte de hausse des taux d'intérêt et d'accès plus restreint au crédit.

Fitch classe sept départements métropolitains dans la catégorie "AA" (Bouche-du-Rhône, Essonne, Haute-Savoie, La Manche, Puy-de-Dôme, Savoie et Val d'Oise).

* En l'espace d'un demi-siècle, le nombre de cas d'obésités a presque triplé à l'échelle planétaire. La France n'est pas épargnée par cet enjeu majeur de santé public: selon une étude coordonnée par des chercheurs de l'Inserm et du CHU de Montpellier, près d'un adulte Français sur deux est aujourd'hui en situation de surpoids ou d'obésité.

Pour rappel, un adulte est considéré en surpoids quand son indice de masse corporelle (IMC) est égal ou supérieur à 25 et obèse quand son IMC est égal ou supérieur à 30. L'obésité peut être causée par divers facteurs - alimentaires, génétiques, environnementaux - et peut entraîner des complications sévères, augmentant notamment le risque de maladies cardiovasculaires (première cause de décès dans le monde), de diabète, de nombreuses formes de cancers.

L'étude publiée ce lundi dans la revue Journal of Clinical Medicine constate que 47,3 % des adultes français sont en excès de poids (surpoids et obésité), dont 17 % en situation d'obésité, en 2020.

À titre de comparaison, l'excès de poids concerne 70 % de la population américaine.

Si on compare ces chiffres à ceux des précédentes études, en l'occurrence la série d'enquêtes Obépi-Roche réalisées tous les trois ans de 1997 à 2012, la population en surpoids fluctue toujours autour de 30 %, tandis que le pourcentage de personnes souffrant d'obésité ne fait que croître, à un rythme soutenu. Il a en effet doublé en un peu plus de deux décennies (passant de 8,5 % en 1997 à 17 % en 2020).

**SOCIETES**

* Côté valeurs, le producteur d'équipements automobiles Faurecia s'est distingué affichant une des plus fortes hausses du SBF 120 (+2,25%) après la présentation de comptes 2022 marqués par un flux de trésorerie net plus élevé que prévu. Icade a progressé de 0,36% après avoir dévoilé un cash-flow net courant 2022 en hausse de 7% à 417 millions d'euros.
* DLSI a présenté vendredi soir des revenus 2022 en légère progression grâce à son activité à l’international. En Bourse, l’action de l'opérateur spécialisé en solutions d’emplois de types CDI, CDD et Intérim a avancé de 2,07% à 12,35 euros, mais cette évolution est peu significative du fait du faible nombre de transactions. L’année dernière, le chiffre d’affaires consolidé du Groupe DLSI s’est établi à 196,7 millions d'euros, en hausse de 0,9% à taux de change courant.

" Comme constaté lors des deux exercices précédents, l'activité du second semestre 2022 est supérieure à celle du premier semestre ", a commenté l'opérateur spécialisé en solutions d'emplois de types CDI, CDD et Intérim.

DLSI doit cette croissance grâce à une progression de 9,7% son activité à l'International – la Suisse essentiellement - à 77,6 millions d'euros. Il représente désormais 39,5% du chiffre d'affaires. Ses revenus ont reculé de 4,1% en France à 119,08 millions d'euros.

" L'érosion du chiffre d'affaires France résulte principalement des difficultés de recrutement constatées dans de nombreux secteurs d'activité ", a commenté la société.

Le chiffre d'affaires du quatrième trimestre 2022 a augmenté de 2,1% à 52 millions d'euros " sur fond d'une demande vigoureuse contrariée chez certains clients par des difficultés d'approvisionnement en matières premières ".

S'agissant de ses perspectives, le groupe indique que les activités liées au nucléaire, au tertiaire et l'activité de placement devraient être en progression plus marquée sur l'exercice en cours en France. Une réflexion se poursuit actuellement quant à la création de trois nouvelles agences spécialisées dans ces activités. Les autres activités en France et à l'international devraient connaître un rythme soutenu en maintenant la politique du groupe de vigilance sur les marges.

* Le fond d’investissement TCI Fund Management a demandé à Airbus (-2,24% à 122,84 euros) d’abandonner immédiatement son projet de prise de participation minoritaire dans Evidian, la branche d'activités digitales et de cybersécurité d’Atos, selon le Financial Times. En Bourse, l’action du groupe technologique a reculé de 1,19% à 13,69 euros. Dans une lettre adressée au constructeur aéronautique dont il détient un peu plus de 3% du capital, TCI juge que l'opération envisagée est motivée en partie par des raisons politiques.

La semaine dernière, Atos a indiqué après avoir reçu une offre indicative d'Airbus pour conclure un accord stratégique et technologique de long terme et acquérir une participation minoritaire de 29,9% dans Evidian.

TCI a prévenu qu'il " se réservait le droit d'intenter une action en dommages et intérêts si l'accord était conclu et qu'il était prouvé qu'il était en partie motivé par des raisons politiques ". Selon lui, le constructeur d'avions pourrait continuer à avoir une " relation mutuellement productive et profitable avec Evidian " sans prise de participation.

Pour TCI, la direction devrait " se concentrer entièrement sur la remise en état de la chaîne d'approvisionnement et la livraison des avions plutôt que de se laisser distraire par cet accord avec Atos ".

* Vodafone a progressé de 0,37% à 102,76 pence à la Bourse de Londres. Le groupe de télécom britannique et Altice ont annoncé ce lundi la création d'une entreprise commune qui a été validée par la Commission européenne. Baptisée FibroCo, elle déploiera, opérera et exploitera en Allemagne des réseaux de télécommunication de fibres optiques principalement urbains auprès d'un maximum de 7 millions de foyers pour une durée de six ans. FibreCo sera détenu à 50 % par Vodafone Allemagne et à 50 % par Altice.

FibreCo bénéficiera de l'expertise commerciale de Vodafone et de ses relations avec les associations de logement, ainsi que de l'expertise unique d'Altice en matière de déploiement FTTH, de vente en gros et d'exploitation.

Dans la zone de couverture de FibreCo, Vodafone Allemagne s'est engagée à commercialiser le réseau de FibreCo auprès de nouveaux clients sur une base exclusive, tandis que le réseau existant de Vodafone Allemagne continuera à desservir les clients qui ne souhaitent pas migrer vers le FTTH.

Nick Read, directeur général du groupe Vodafone, a déclaré : "Ce partenariat s'appuie sur l'important réseau de nouvelle génération de Vodafone avec l'expertise industrielle d'Altice et ses capacités éprouvées de construction de fibre optique jusqu'à l'abonné, ce qui nous permet d'apporter une connectivité gigabit à encore plus de clients en Allemagne".

La Commission européenne a conclu que la concentration envisagée ne soulèverait pas de problème de concurrence compte tenu des chevauchements horizontaux et liens verticaux limités entre les activités des entreprises sur les marchés concernés.

La création de FibreCo devrait être achevée au premier semestre 2023.

* Riber a annoncé la commande d’un système de production MBE 6000 en Asie pour un montant de plusieurs millions d’euros. Un client industriel asiatique, possédant déjà un système MBE 6000, vient de commander un nouveau MBE 6000 pour renforcer ses capacités de production de dispositifs électroniques. Cette nouvelle commande sera livrée en 2023.

Avec une quarantaine de machines en exploitation dans le monde, le MBE 6000 est le système MBE de référence pour la production de masse de composants électroniques et optoélectroniques utilisés dans les télécommunications et les réseaux de fibre optique.

**ANALYSE**

* Pour 2023, Michel-Edouard Leclerc, Président d'E.Leclerc, pronostique 'un tsunami', compte tenu des nouveaux prix que les industriels veulent négocier, de +10 % à +40 %, dans quelques semaines.

L’inflation est la traduction concrète des multiples crises qui se conjuguent aujourd'hui. Le monde est passé d'une situation où elles se succédaient à une nouvelle séquence où elles sont simultanées et se nourrissent mutuellement, à la fois sanitaires, géopolitiques, climatiques, migratoires, sociales, identitaires, sans oublier les conflits et le terrorisme.

L'économiste et historien Adam Tooze a repris et médiatisé le mot 'polycrises' en 2022 pour rendre compte de l'interaction de ces crises, les unes conjoncturelles et les autres structurelles, qui se renforcent depuis plus de deux ans en un rare alignement.

Sur le plan économique, le prix des produits et services les plus bas de la pyramide de Maslow, n'a cessé d'augmenter depuis plus d'un an et demi. L'inflation, principale préoccupation dans le monde ; fait aussi désormais partie des sujets qui inquiètent le plus les Français pour les six mois à venir (86 %) avant la guerre en Ukraine (64 %) et le changement climatique (58 %).

Sur le plan psychologique et social, les polycrises créent un climat d'incertitudes et de doutes. Alfred de Musset rendait déjà compte de cet effet en 1836 : 'on ne sait, à chaque pas que l'on fait, si l'on marche sur une semence ou sur un débris'. Aujourd'hui, les consommateurs-citoyens, ressentant que notre monde change sans que ni eux ni les autorités ne maîtrisent la situation, ont beaucoup de difficultés à se projeter dans un futur synonyme de progrès et sont plus tentés par la rétraction et le protectionnisme que par l'expansion et l'ouverture.

Quand les consommateurs arbitrent parce que leur pourvoir d'achat diminue, les marques doivent gérer deux enjeux majeurs : émerger et être préférées en intégrant les motivations des consommateurs, et assumer qu'elles ont le pouvoir de changer la société.

Les motivations de consommation évoluent en fonction du contexte. Aujourd'hui, deux catégories ressortent de manière prépondérante : le besoin de sécurité et de contrôle et l'envie de se faire plaisir. Savoir y répondre, c'est manifester un premier type d'empathie en montrant que l'on a bien compris les attentes des consommateurs, conforter leurs choix, les aider à s'échapper d'un monde instable.

Leur besoin de sécurité implique de valoriser l'origine, l'ancrage, le savoir-faire de la marque, notamment dans le secteur alimentaire, régulièrement secoué par des scandales. Le score des Français qui estiment qu'ils « accordent plus d'attention à l'origine de leurs achats alimentaires depuis la Covid » continue sa progression, de 44 % en 2020 à 53 % en 2022. Pour satisfaire l'envie de plaisir, les promesses de bien-être, de gourmandise, de découvertes, de détente sont des atouts que les marques doivent mettre en avant.

Aussi, la consommation actuelle n'est plus purement 'consumériste'. Les consommateurs attendent désormais des marques qu'elles s'engagent, expriment des convictions et leur restent fidèles.

Les polycrises donnent aux marques, à leur vision du monde et à leurs actions un rôle essentiel en assumant qu'elles peuvent changer la société. Adopter un discours proactif sur la responsabilité sociétale et environnementale est à ce titre incontournable alors que les consommateurs valorisent les marques qui proposent des solutions qui nourrissent leur prise de conscience tout en simplifiant leur démarche.

Prendre en compte les effets de contexte est décisif alors que les polycrises impliquent des changements en termes de modes de consommation. Les achats de produits issus de l'agriculture biologique par exemple ont reculé dans les grandes surfaces alors qu'ils ont progressé pour la vente directe (+7,8 % de 2021 à 2022). C'est l'un des effets des polycrises : se replier sur le connu, le proche, le petit, ce qui explique la préférence pour les marques locales et nationales.

Il est également déterminant, en parallèle, d'identifier si la vision de plus en plus négative de la mondialisation est conjoncturelle ou durable. Elle représente 'une menace pour la France' aux yeux de 59 % des citoyens, 89 % estimant également que 'nous vivons dans un monde dangereux'.

Mais est-ce une tendance ponctuelle ou structurante ? Comment les marques pourront-elles aussi surfer sur cette tendance ? Plus les polycrises fabriqueront de l'incertitude à un rythme qui s'accélère, plus les marques auront intérêt à s'appuyer sur une connaissance fine et actualisée des consommateurs sur les plans émotionnels, culturels, économiques, pratiques et sociétaux. Ce sont les marques qui doivent manifester leur empathie avec les consommateurs pour continuer à exister.

**L’AGENDA DU 21 février 2023**

**9h15 en France**

Indices des directeurs d'achat pour les secteurs manufacturier et des services en février

**9h30 en Allemagne**

Indices des directeurs d'achat pour les secteurs manufacturier et des services en février

**10h00 en zone euro**

Indices des directeurs d'achat pour les secteurs manufacturier et des services en février

**11h00 en Allemagne**

Indice ZEW du sentiment des investisseurs sur les perspectives économiques en février

**15h45 aux Etats-Unis**

Indices des directeurs d'achat pour les secteurs manufacturier et des services en février

**16h00 aux Etats-Unis**

Ventes de logements anciens en janvier