

Actualités consommation



Le transport aérien a du plomb dans l'aile

La crise sanitaire n'en finit pas de faire des dégâts. La situation des compagnies aériennes devient fortement préoccupante. Après une embellie fin décembre, au moment des fêtes, l'activité a replongé début 2021. Selon *Eurocontrol*, organisation intergouvernementale qui suit les vols en Europe, le trafic à la date du 27 janvier était en baisse de 66 % par rapport à 2019. Au total en 2020, le trafic aérien a reculé de près de 70 % en France, selon les statistiques du ministère de la Transition écologique. L'année à venir ne s'annonce pas sous les meilleurs auspices. L'OACI (*Organisation de l'aviation civile internationale*) a publié un avis dans lequel les auteurs évoquent « une récession généralisée pour cette année ».

Les compagnies généralistes comme les low-cost sont dans la tourmente. *Easy Jet* compte n'utiliser que 10 % de sa capacité entre janvier et mars, alors même qu'elle l'avait déjà réduite à 18 % entre octobre et décembre 2020. Tous les continents sont touchés et désormais, aucune compagnie dans le monde ne compte sur les vacances de Pâques pour rattraper le premier semestre. Elles attendent, au mieux, un regain au début de l'été. Des licenciements en masse sont à craindre. La compagnie américaine *United Airlines* envisage de se séparer de 14 000 employés en avril. De son côté, *Air France* prévoit la suppression de 7 500 postes. L'APLD (activité partielle de longue durée), dispositif au titre duquel l'État prend en charge les heures non travaillées en contrepartie d'engagements, permet à la compagnie française d'absorber ces à-coups et de ne pas durcir davantage son plan social. Des discussions sont en cours à la Commission européenne sur une possible recapitalisation de la compagnie, qui nécessite les accords de la France et des Pays-Bas, tous deux actionnaires du groupe.

En revanche, de nombreuses compagnies dans le monde risquent tout simplement de faire faillite, les États n'étant plus en mesure de les soutenir. Pour Yann Derocles, analyste chez *Od-do*, groupe financier franco-allemand, « quatorze compagnies seulement ont disparu en 2020, car les États ont apporté beaucoup de subventions ou de prêts au secteur. Mais, cette année, ils n'aideront pas tous les acteurs ».

À Strasbourg, l'aéroport a annoncé dans un communiqué une baisse de trafic de 60,6 % en 2020. Une baisse moindre au regard des chiffres nationaux, en partie grâce à la compagnie aérienne *Volotea* qui a su réorienter rapidement son offre vers des lignes nationales. En outre, l'aéroport de Strasbourg a accueilli en juillet 2020 la compagnie tunisienne *Nouvelair*, avec des vols vers Tunis, et a su proposer « un programme de vols renforcé sur de nombreuses destinations pour les vacances de fin d'année ». Il déclare mettre tout en œuvre avec ses partenaires pour adapter en temps réel les programmes de vols et « être en mesure de proposer à leurs passagers les meilleures conditions de voyage ». Il compte également sur une forte demande vers la Corse cet été et d'une manière générale vers les "destinations soleil européennes".

A retenir :

- Le trafic aérien a reculé de près de 70 % en 2020, en raison de la crise sanitaire
- L'année 2021 s'annonce difficile, avec une « récession généralisée » et des faillites de compagnies à venir, les États ne pouvant continuer de les soutenir
- Air France prévoit 7 500 suppressions de postes. La compagnie limite toutefois le pire grâce au soutien du gouvernement français. Des négociations en cours à Bruxelles envisagent une recapitalisation du groupe
- L'aéroport de Strasbourg enregistre une baisse de trafic de 60 %, une baisse moindre grâce aux vols low-cost intérieurs.

Alimentation : les Français privilégient la qualité

Malgré la crise économique, les Français continuent de privilégier des produits alimentaires de qualité, quitte à payer un peu plus cher. C'est le constat révélé par une étude de l'institut *Kantar*.

En 2020, les ventes de produits alimentaires ont progressé de 7,7 % par rapport à l'année précédente. Les deux confinements en sont la cause, ainsi que la fermeture des cantines et des restaurants qui ont contraint les Français à manger plus souvent chez eux. Si lors du premier confinement, les consommateurs ont acheté des produits de première nécessité et peu chers (comme la farine ou les pâtes), ils ont opté par la suite davantage pour de la viande au rayon boucherie (+ 8 % par rapport à l'année précédente), du poisson (+ 4 %) et des fruits et légumes frais (+ 8 %). L'augmentation de ces ventes s'explique en partie par une hausse de la cuisine faite maison. Par ailleurs, les produits bios et locaux continuent d'être plébiscités par les consommateurs, confortant des tendances observées depuis plusieurs années.

Les Français restent toutefois attentifs aux prix des produits, en témoigne le succès des enseignes comme Leclerc, Intermarché ou Lidl en 2020. « *Leclerc, Intermarché et Lidl ne fondent d'ailleurs pas leur succès que sur leur image-prix*, relève Gaëlle Le Floch, directrice chez *Kantar*. *L'alimentaire permet de se faire plaisir à petit prix. Et les clients hésitent d'autant moins que les achats non alimentaires sont passés au second plan. Cela n'était pas le cas lors de la crise de 2008.* ».

Concernant les autres familles de produits, sans surprise, les produits d'entretien ont bénéficié de la crise sanitaire et ont vu leurs ventes bondir de 8 %, tandis que les rayons dédiés aux vêtements et au maquillage ont chuté respectivement de 19 % et de 25 %.

Action logement : des dispositifs d'aide trop peu connus

Action logement est un acteur de référence du logement social et intermédiaire en France, dont la mission est de faciliter l'accès au logement pour favoriser l'emploi. Plusieurs dispositifs d'aide ont été mis en place dès juin 2020, pour soutenir les salariés des secteurs privé et agricole face à la crise sanitaire. Le groupe a noué un partenariat avec *Foncia*, afin de mieux faire connaître ses actions.

Parmi ces dispositifs, l'aide forfaitaire d'urgence s'élève à 150 € par mois pendant deux mois pour les salariés au chômage partiel (soit 300 € au total). Pour les personnes ayant perdu leur emploi, elle peut être versée jusqu'à six mois (soit 900 €). Cette aide d'urgence Covid, soumise à condition de ressources, « a permis de soutenir 104 000 ménages depuis le 30 juin et beaucoup d'autres devraient suivre grâce à cet accord [NDLR : avec Foncia] », se réjouit Jean-Michel Royo, directeur général d'Action Logement Services.

Autre dispositif, la garantie Visale est une caution accordée par Action logement. Le groupe se porte garant gratuitement en cas d'impayés de loyer du locataire. Celui-ci fait également partie du partenariat avec *Foncia*. Les démarches ont été simplifiées, notamment pour en accélérer la mise en application. *Foncia* indique ne pas avoir constaté à ce stade de hausse des impayés, mais l'objectif commun des deux acteurs est d'anticiper au maximum les difficultés que pourraient rencontrer les bénéficiaires pendant la crise qui tend à perdurer.

Trëmma : la plateforme solidaire d'Emmaüs

Emmaüs a lancé le 25 janvier 2021 sa plateforme de vente entre particuliers, « [Trëmma](#) », se présentant comme « la première plateforme française de financement participatif par les objets ». Elle a été créée par le fonds de dotation *Label Transition*, lui-même initié par *Label Emmaüs*, coopérative lancée en 2016 par le Mouvement *Emmaüs* et dont la mission est de former des personnes en situation d'exclusion aux métiers du e-commerce.

Trëmma est une offre complémentaire aux circuits de collecte classique d'Emmaüs et vise à concurrencer les géants du secteur de la vente d'occasion sur Internet. Il existe en effet de nombreuses plateformes pour la vente de vêtements et accessoires entre particuliers, telles que *Le Bon coin*, *Patatam*, *Vestiaire collective*, ou encore *Vinted*, le leader qui comptabilise 10 millions d'utilisateurs en France selon le *Huffington Post*. Mais ces grands groupes font du tort à *Emmaüs*, qui enregistre ces dernières années une baisse des dons. « On est obligé de collecter beaucoup plus d'objets pour assurer le même niveau de recettes », explique la cofondatrice et directrice du *Label Emmaüs*, Maud Sarda. Par ailleurs, les articles donnés sont de moins bonne qualité. Les consommateurs privilégient la revente des plus belles pièces chez les géants de l'occasion, ce qui leur permet parfois d'arrondir leur fin de mois, ou tout simplement de constituer une petite cagnotte pour réaliser de nouveaux achats sur ces mêmes plateformes.

L'association souhaite donc attirer un public plus jeune et plus connecté, qui n'a pas le « réflexe Emmaüs ». Le fonctionnement de *Trëmma* est similaire aux plateformes concurrentes : « Chaque utilisateur peut créer une annonce sur *Trëmma* [qui sera ensuite] reprise par un modérateur, salarié.e en insertion, qui la complète, la met en vente sur *label-emmaus.co* », explique l'association dans un communiqué. La recette de la vente est reversée à un projet solidaire choisi par le vendeur parmi ceux proposés sur le site. Il pourra ensuite, s'il le souhaite, obtenir un reçu fiscal portant sur 60 % de la vente.

L'objectif d'Emmaüs est de récolter un million d'euros de dons en ligne dans les trois prochaines années.

À voir à la télévision et sur Internet

Reportages découverte - Les vieux commerces font de la résistance !

Magazine – Samedi 6 février 2021 à 14h50 sur TF1

Ils résistent contre vents et marées, contre la concurrence asiatique ou celles des grandes surfaces qui entourent nos villes, contre internet et la désertification des centres-villes.

Vox pop - Classes moyennes : en voie de disparition ?

Magazine – Dimanche 7 février 2021 à 20h10 sur Arte

Augmentation du coût de la vie, stagnation des salaires, multiplication des contrats précaires... Depuis trente ans, les classes moyennes tendent à s'appauvrir en Europe. Autrefois synonymes de prospérité économique, garantes d'une certaine stabilité politique...

La noix nous fait craquer

Documentaire – Dimanche 7 février 2021 à 20h50 sur France 5

La noix, fruit emblématique de nos régions, fait un retour remarqué. Parée de nombreuses vertus, elle est plébiscitée par les consommateurs à la recherche de produits sains.

La moutarde nous monte au nez

Documentaire – Dimanche 7 février 2020 à 21h45 sur France 5

À l'ancienne, au miel, nature, aigre-douce, à l'américaine, à l'estragon... La moutarde est certainement l'un des condiments qui se décline le plus. Chaque Français en consomme 700 grammes chaque année.

Xenius - Le phosphore, une matière première menacée

Magazine – Jeudi 11 février 2021 à 17h15 sur Arte

Matière première vitale, le phosphore se raréfie. À l'université de Hohenheim, les présentateurs de Xenius découvrent comment récupérer cette substance dans la boue des stations d'épuration.

