

Les entreprises de l'alimentation, premières victimes de l'inflation

Une enquête commandée par l'Union des entreprises de proximité (U2P) et réalisée au mois d'avril montre que l'inflation a fini par rattraper les activités de proximité. Premières victimes, les entreprises de l'alimentation.

Les résultats de l'enquête de conjoncture menée au mois d'avril par l'Union des entreprises de proximité (U2P) n'étonneront personne : un peu plus d'un an après le début de la guerre en Ukraine et de la période d'inflation qui en résulte, cette dernière a fini par avoir raison de la croissance des activités de proximité, jusqu'alors plutôt épargnées. De manière globale, le chiffre d'affaires de ces entreprises a reculé de 1,7 % au cours de trois premiers mois de 2023, par rapport à la même période en 2022. De la même manière, 22 % des chefs

d'entreprise de proximité indiquent que leur trésorerie s'est dégradée, seuls 8 % d'entre eux constatant au contraire une amélioration.

En entrant plus dans le détail, seules les entreprises de la construction ont à peu près préservé leur croissance (+ 0,5 %), tandis que les professions libérales limitent les dégâts avec une baisse contenue à -0,3 %.

Le tableau est en revanche plus sombre pour les entreprises de la fabrication et des services, qui voient leur activité reculer de 1,6 %. Mais les grandes perdan-

tes sont les activités alimentaires, dont le chiffre d'affaires a baissé de 8,5 %, dans un des secteurs qui ont le plus souffert de l'inflation, et donc du souci d'économie des consommateurs. La preuve, selon l'U2P, que le panier anti-inflation voulu par le gouvernement n'a pas empêché les Français de réduire leur consommation de produits alimentaires, et qu'il a surtout profité aux grandes surfaces au détriment des petits commerces, comme le craignait l'U2P à l'annonce de la mesure.

Un seul élément positif dans ce tableau



Les petits commerces alimentaires souffrent particulièrement de l'inflation. / DDM, archives

peu enthousiasmant : alors que 27 % des chefs d'entreprise craignaient une baisse de leur chiffre d'affaires fin 2022, ils ne sont « plus que » 18 % en ce début

d'année. Et 11 % d'entre eux prévoient même une amélioration de leur situation au prochain trimestre. Que leur vœu soit exaucé...