

Le p'tit dej' de conjoncture



DAX

Vendredi 5 juin 2026



CCI LANDES



Baromètre ECO

Matinale Conjoncture
5 juin 2026



François LAFITTE



CCI LANDES



DES HOMMES ET DES FEMMES POUR ENTREPRENDRE

L'ENQUÊTE



Enquête réalisée en **mai** auprès
d'un panel d'entreprises implantées
dans les Landes.

Recueil d'opinions des chefs d'entreprises
sur les tendances des **6 derniers** mois et
les perspectives des **6 prochains** mois.



Enquête 1^{er} semestre 2026



LE PANEL



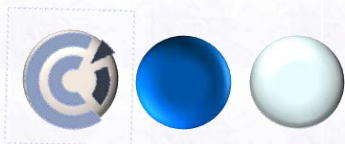
299 Entreprises:
37 de l'Industrie,
38 du Bâtiment et Travaux Publics,
97 du Commerce et **127** des Services.

Représentant **10 926** salariés
et plus de **3,9** milliards d'€ de CA,
soit plus de **16 %** de l'économie landaise.



1

L'ENVIRONNEMENT de l'économie landaise

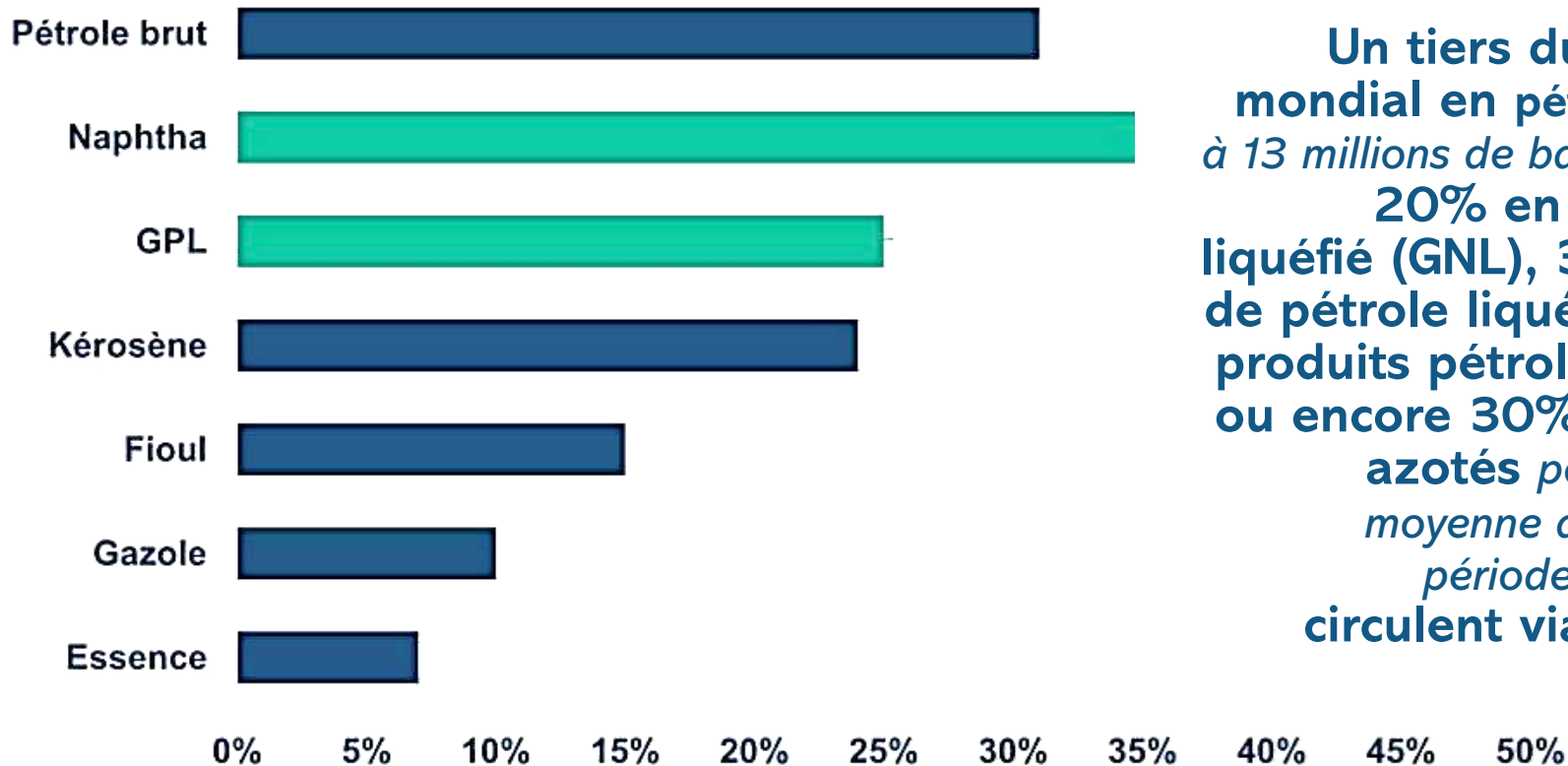


Enquête 1^{er} semestre 2026

Ormuz : « petit » détroit, grandes secousses !



% des volumes mondiaux transportés par voie maritime
transitant par le détroit d'Hormuz en 2025



Un tiers du commerce mondial en pétrole (avec 12 à 13 millions de barils par jour !)
20% en gaz naturel liquéfié (GNL), 30% en gaz de pétrole liquéfié, 15% en produits pétroliers raffinés ou encore 30% en engrais azotés pour prendre la moyenne annuelle sur la période 2023-2025, circulent via ce détroit.

Source: BloombergNEF, Vortexa, Coface

Flambée du prix du pétrole



67,3€

mars 25

Brent en €

mars-25

avr.-25

mai-25

juin-25

juil.-25

août-25

sept.-25

oct.-25

nov.-25

déc.-25

janv.-26

févr.-26

mars-26

avr.-26

60,6

57,2

62,0

58,4

55,0

55,0

55,1

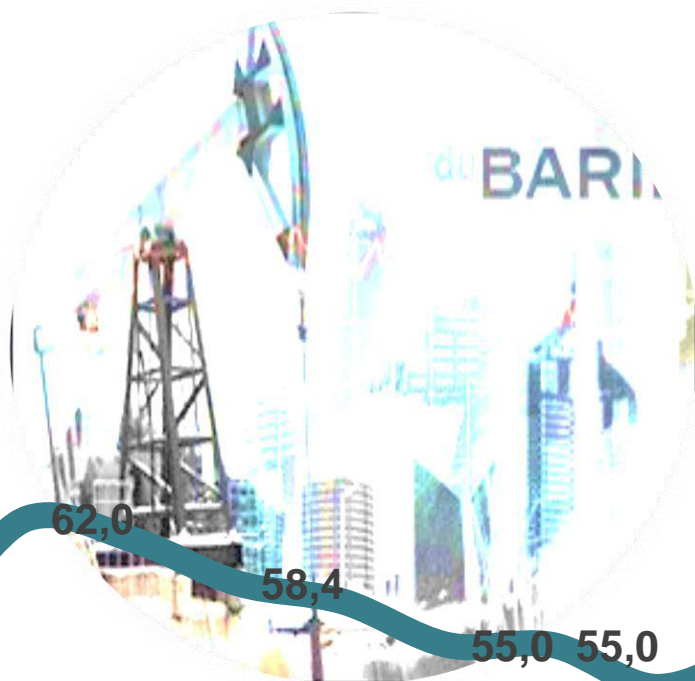
58,7

85,6

97€

Le 3 juin

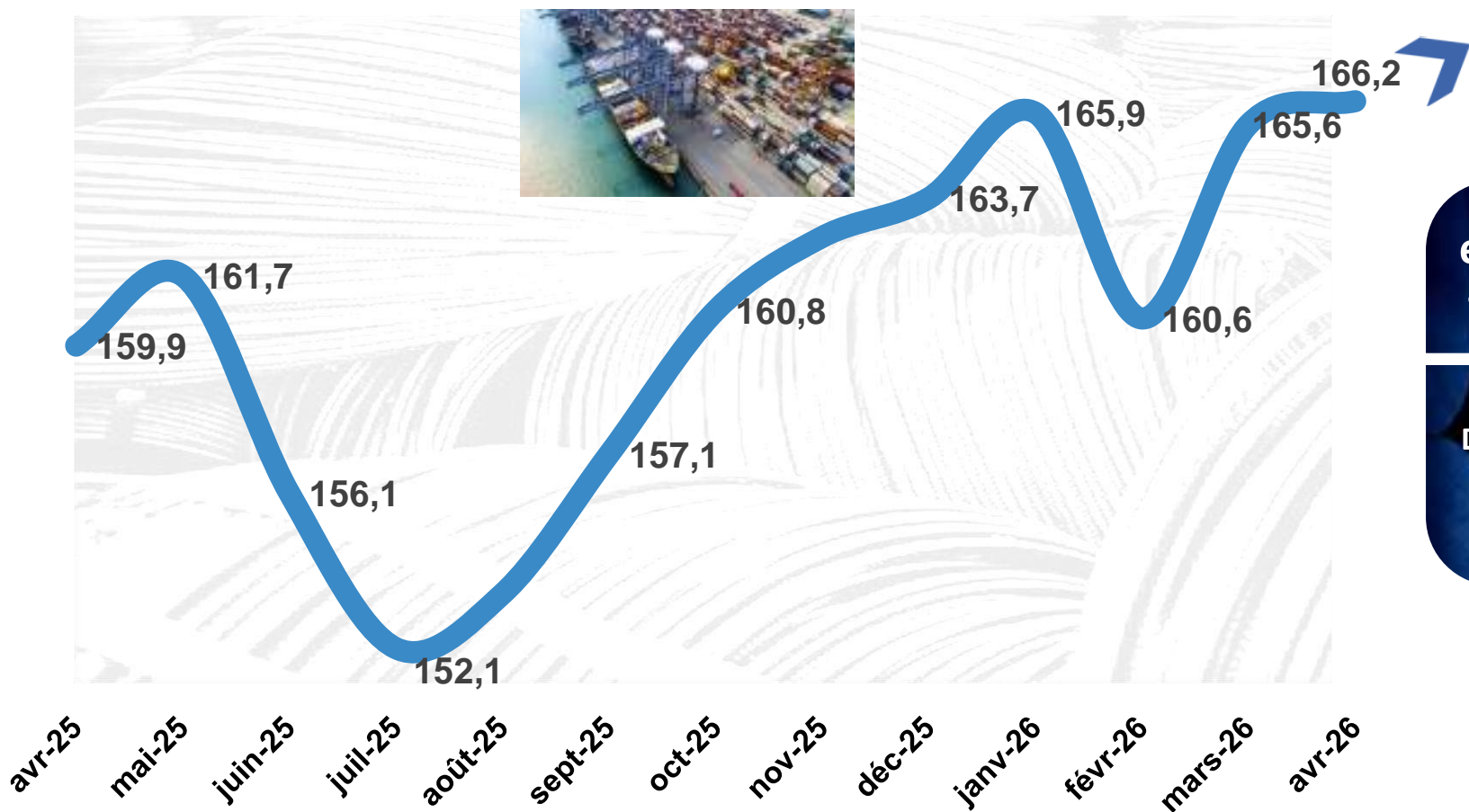
Depuis
janvier
+ 73%



Un cours suspendu aux annonces relatives au conflit



Des prix de matières 1ères en hausse...



en un an
+ 3,9%

Depuis janv.
+0,2%
en €

Matières premières en € (hors énergie- indice 100 en 2020)

► Depuis 1 an en € : mat 1ères alimentaires -12,3%, mat. 1ères industrielles +26,8%, mat. 1ères minérales +31,5% et mat. 1ères agro-indus. -2,4 %

... à un niveau très élevé

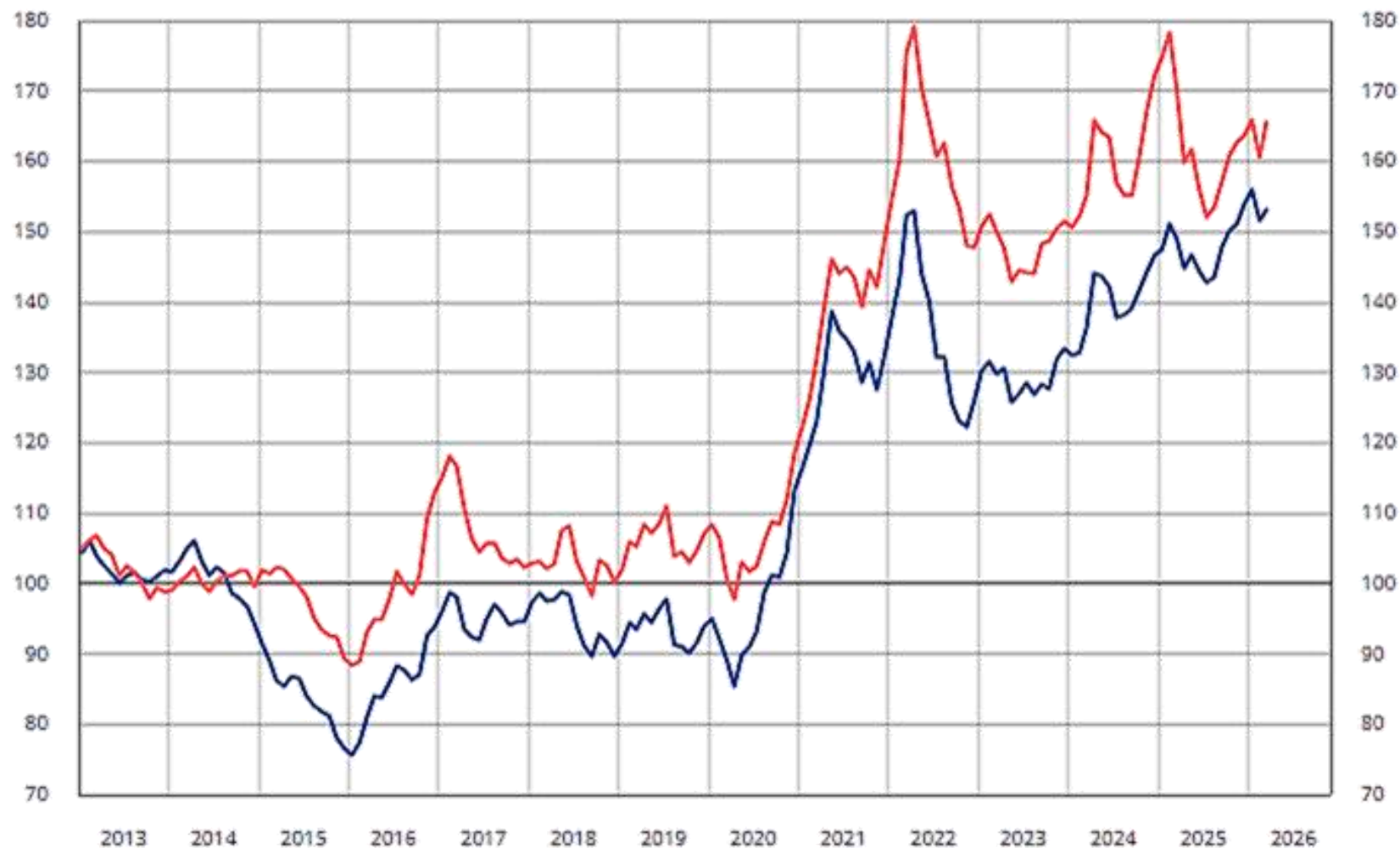


Matières premières importées (ensemble, hors énergie)

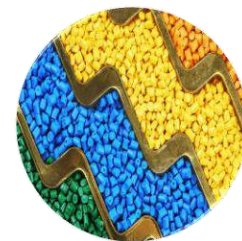
indice base 100 en 2010

— Indice de prix en devises

— Indice de prix en euros



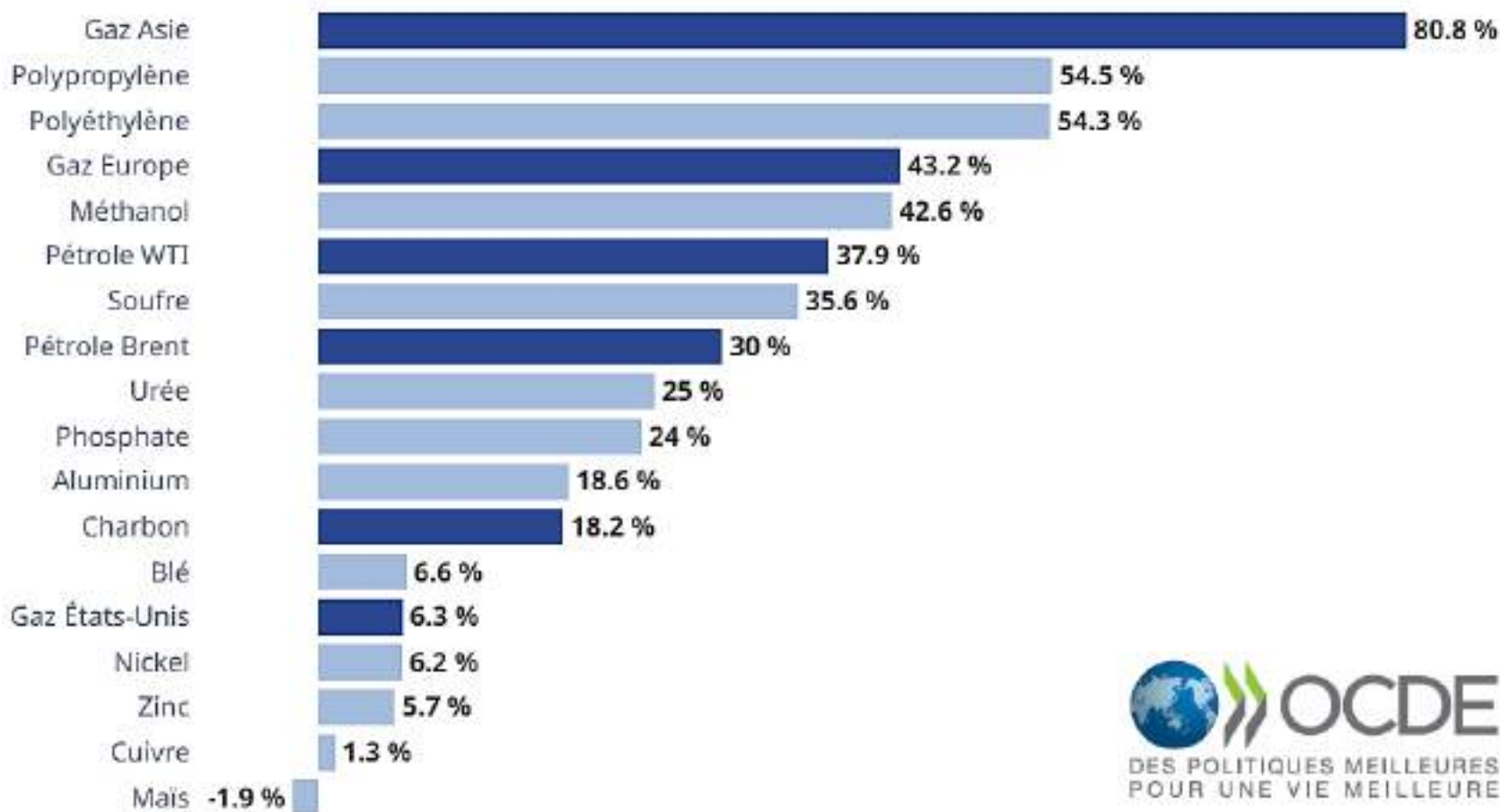
De brusques et sévères augmentations



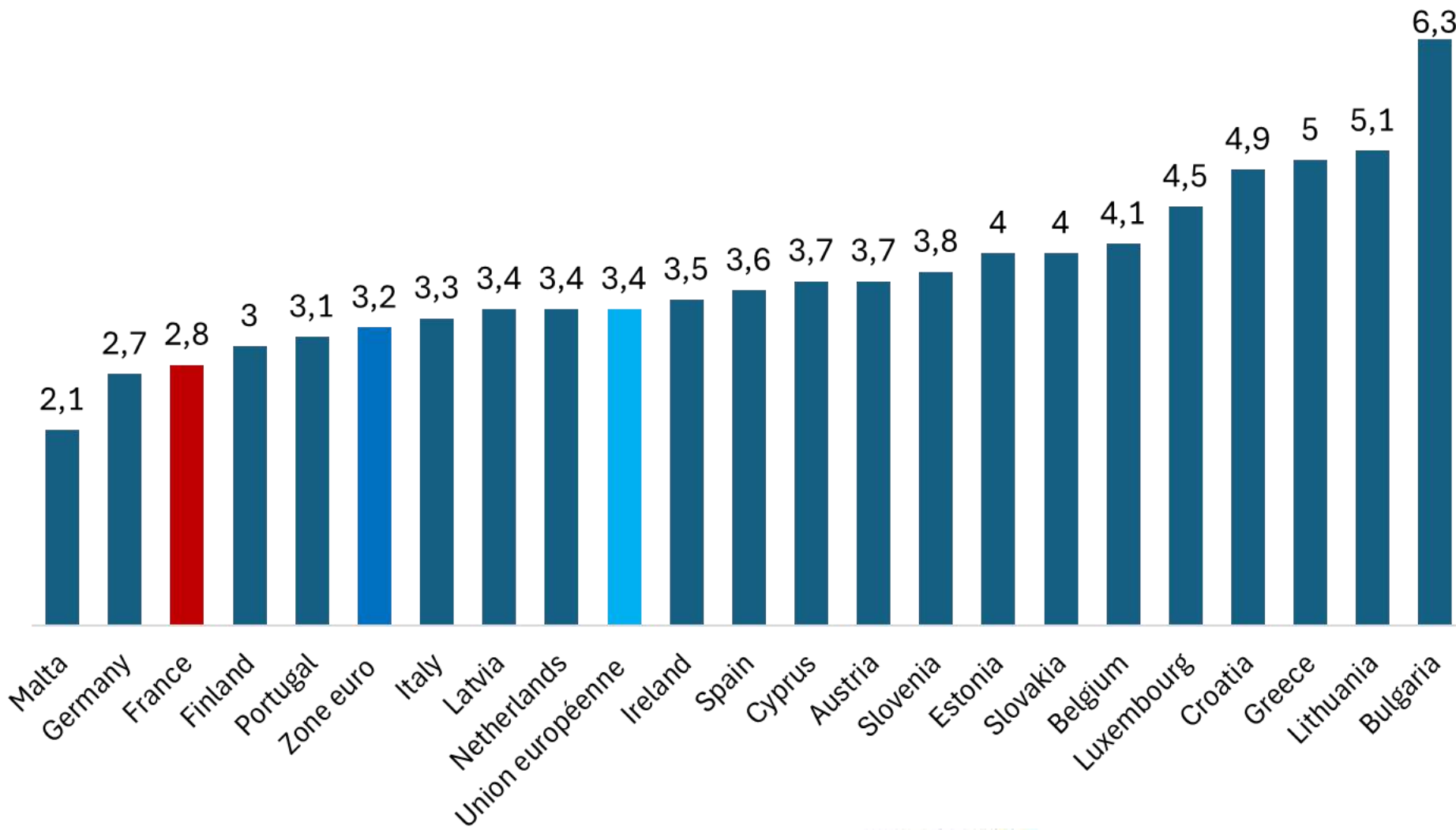
Évolution des prix de certains produits de base

Variation en % par rapport au 27 février 2026, en date du 21 mai 2026


■ Énergie ■ Produits de base non énergétiques



Regain d'inflation en Europe



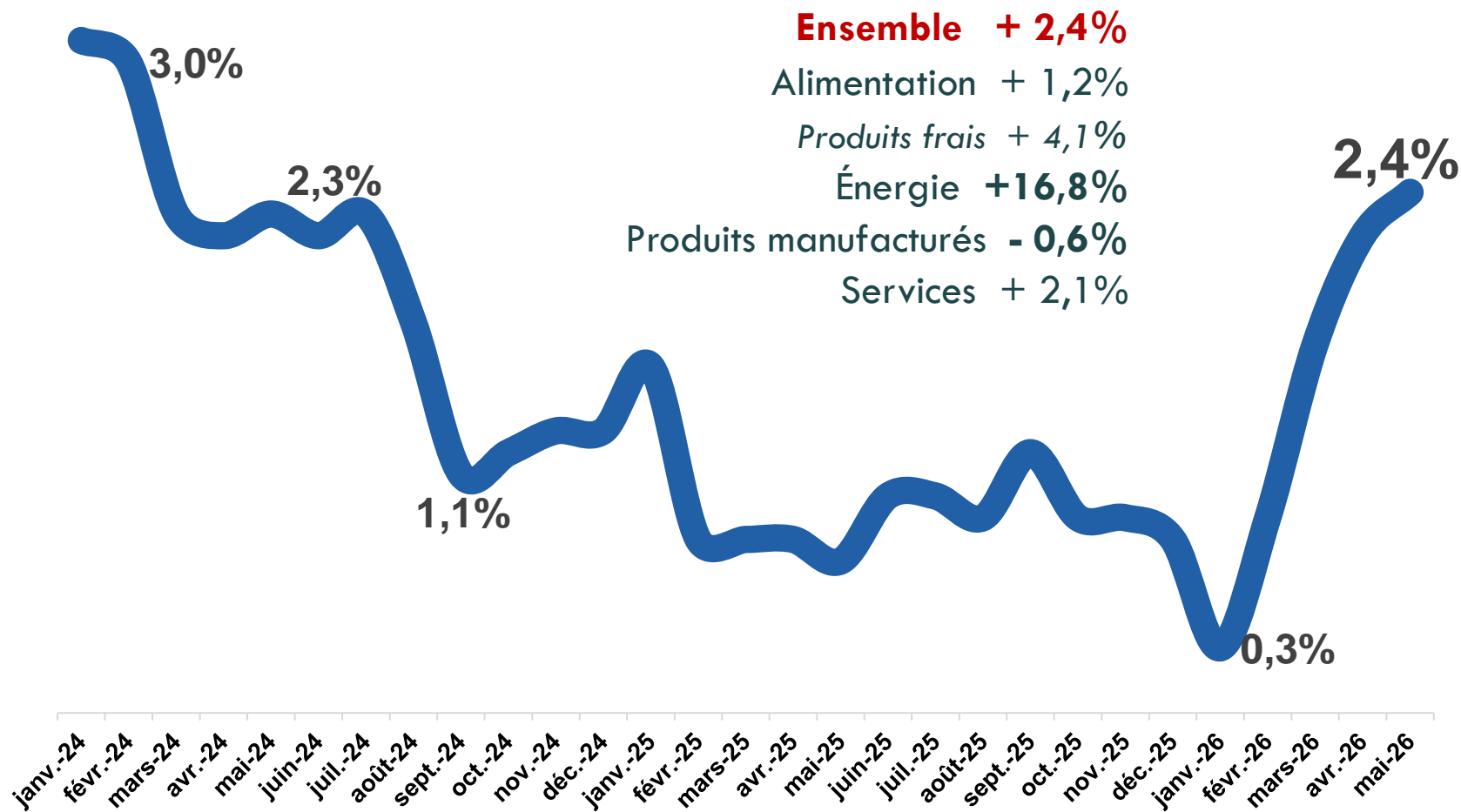
Taux d'inflation au sein de la zone euro (mai 2026)

eurostat  En % en rythme annuel

En France l'inflation rebondit



En mai 2026, les prix à la consommation augmentent de + 2,4 % sur un an



Pour l'instant, les prix en rayons plafonnent



L'INFLATION 2026 D'UN PANIER DE 150 TOP MARQUES ALIMENTAIRES

a3distrib
by NielsenIQ

Prix relevés sur 7 000 drives,

Inflation vs 1^{er} janvier 2026 sur un panier de 150 références TOP MARQUES ALIMENTAIRES



Viandes surgelées	17,10%
Viandes Hachées	16,20%
Cons. maquereaux	15,90%
Chocolat Lindt 70%	14,00%
Gla. Vanille Carte d'or	12,00%
Nutela	10,00%
Cafés torréfiés	9,80%
Bolognaise Panzani	9,00%

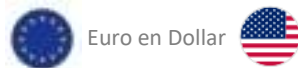
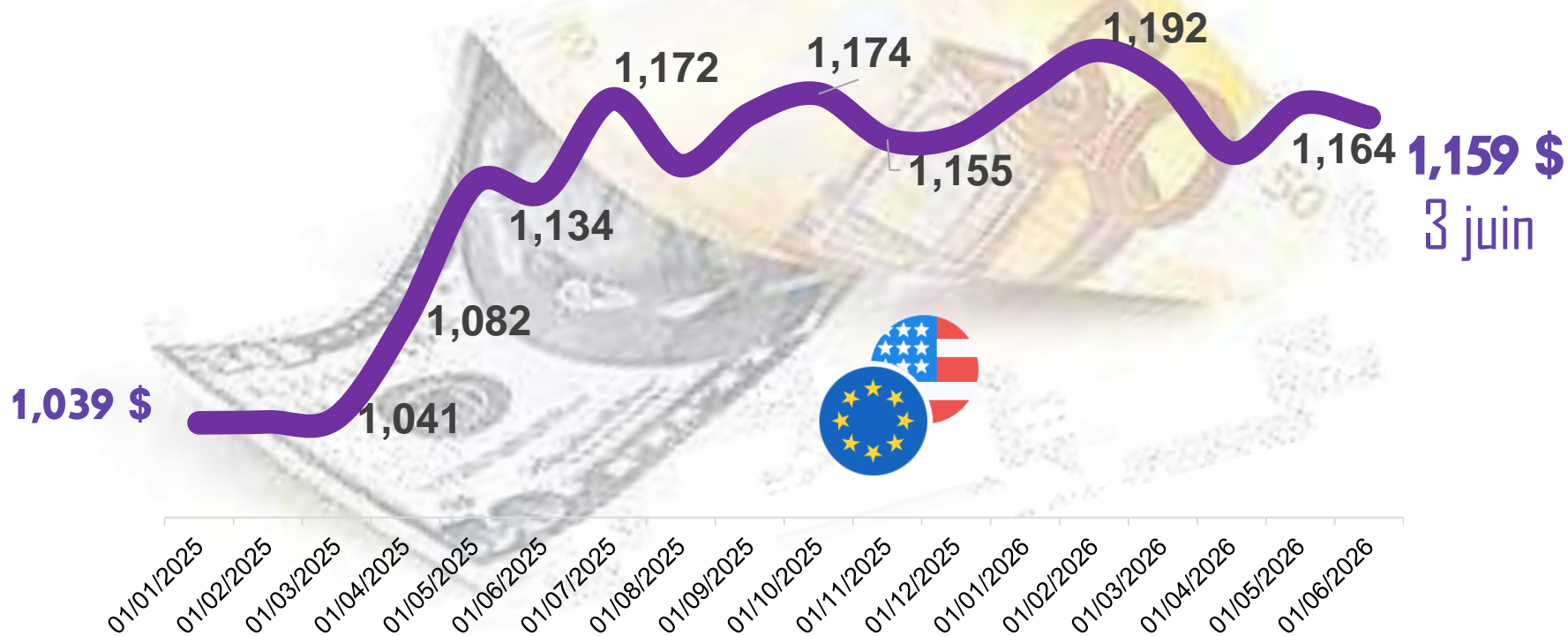
DATAS
GRANDE CONSO.

CRÉDIT AGRICOLE
ÉDITIONS
DAUVERNE

Un euro à son niveau le plus élevé depuis 2021



Stable depuis le début de l'année

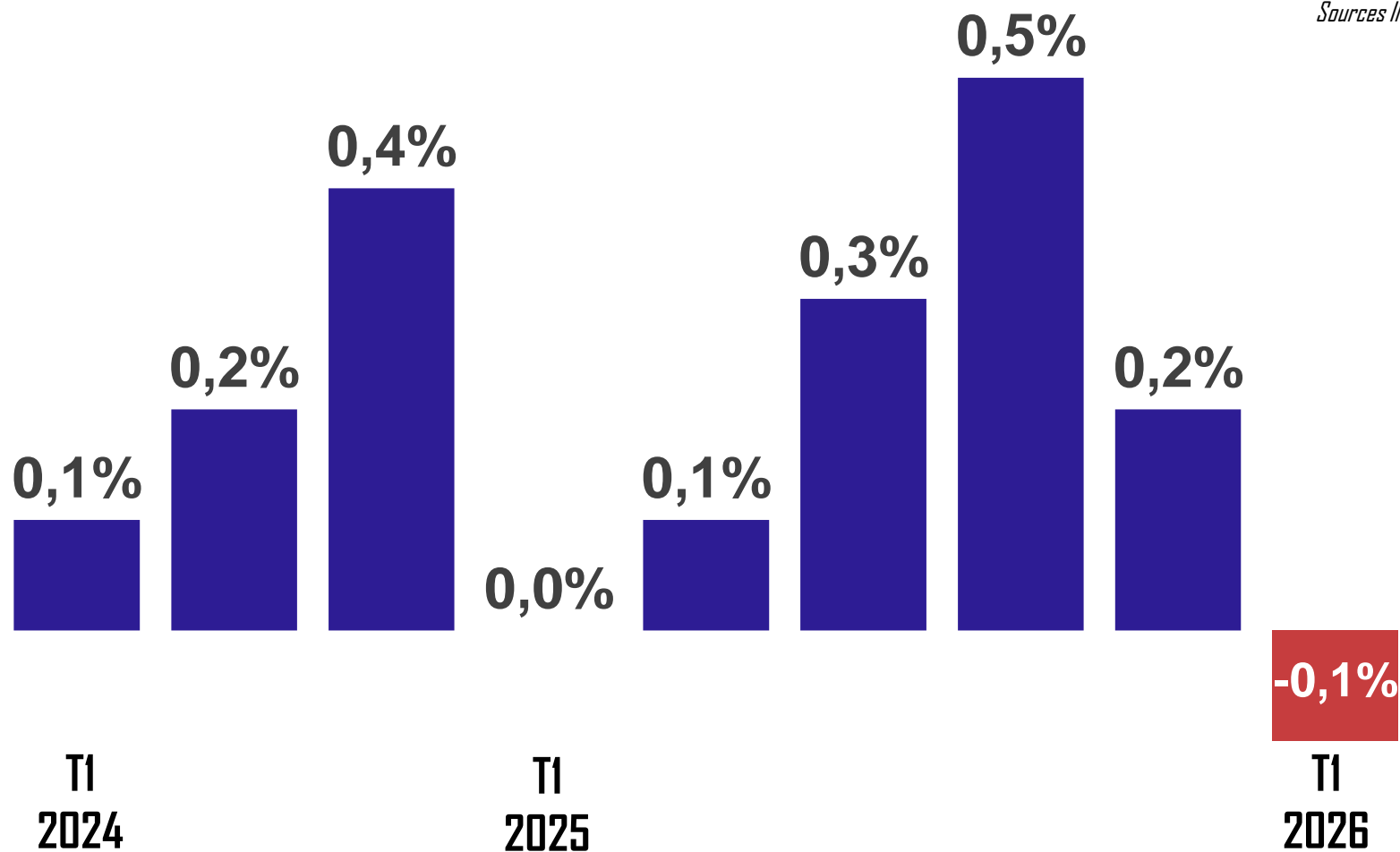


France: pas de croissance au 1^{er} trimestre

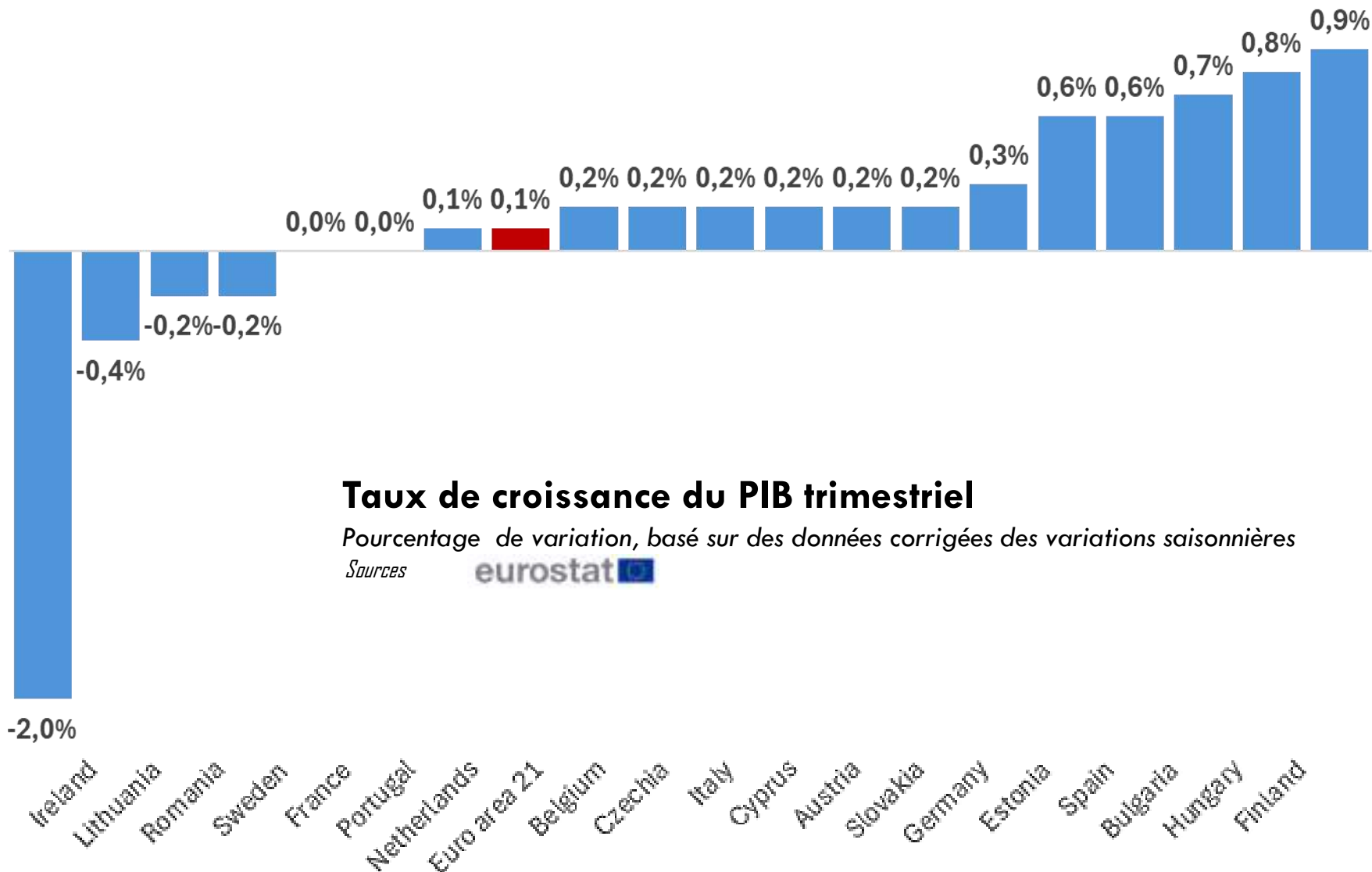


Variation du PIB de la France par trimestre

Sources INSEE



Une croissance similaire à celle de la zone euro

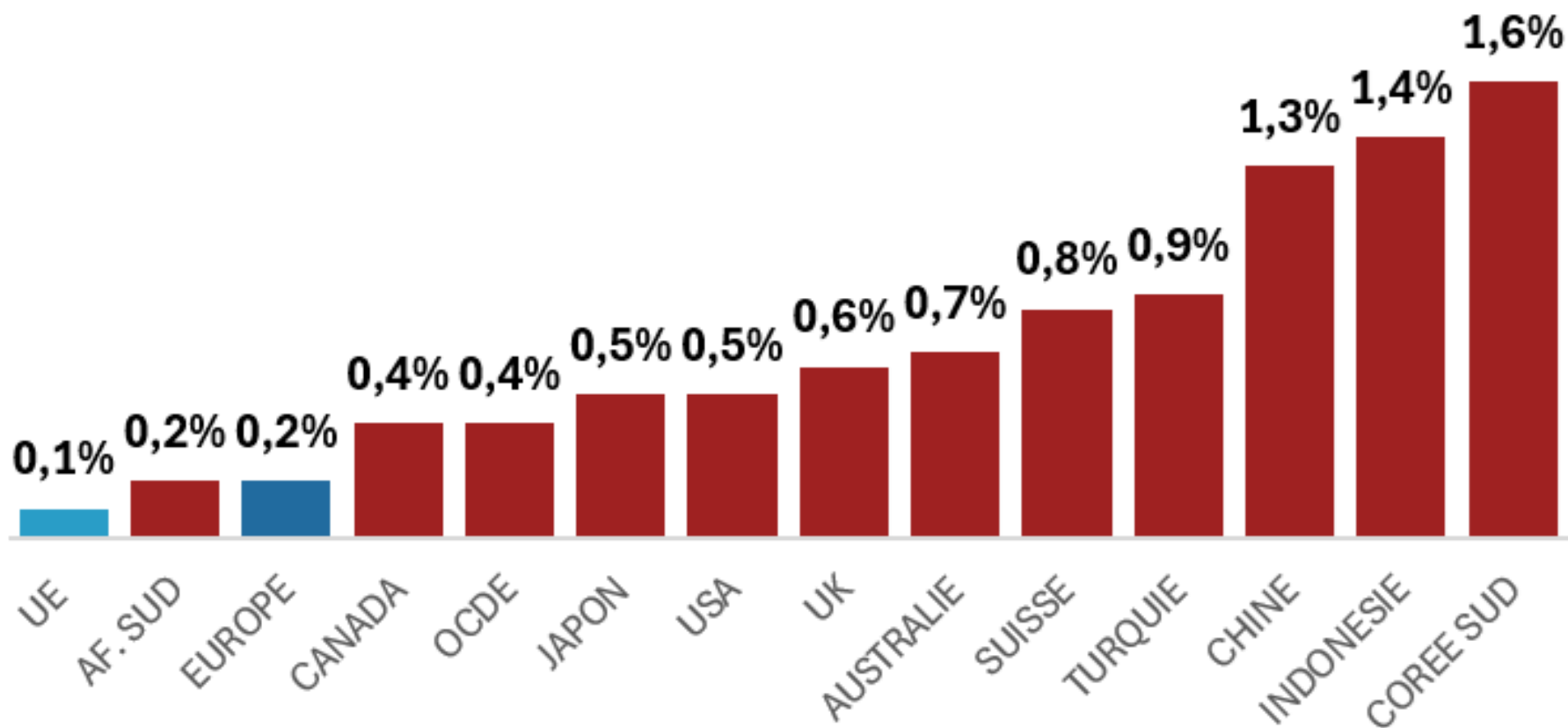


Croissance pays Zone euro + 0,1%

Croissance pays de l'OCDE + 0,4%



Croissance du PIB 1^{er} Trimestre 2026



Perspectives incertaines et peu encourageantes



Evolution du PIB en %

		2026	2027
Etats-Unis		2,0	1,8
Zone euro		0,9	1,0
Japon		0,6	0,8
Royaume Uni		0,9	1,1
Brésil		1,6	2,1
Chine		4,4	4,3
Inde		6,3	6,4
Indonésie		4,7	5,0
Fédération de Russie		0,5	0,8
Afrique du Sud		1,2	1,6
Monde		2,8	3,1



2026		
FRANCE	0,8	
POLOGNE	3,1	
IRLANDE	2,5	
ESPAGNE	2,1	
SUÈDE	1,9	
PORTUGAL	1,9	
RÉP. TCHÈQUE	1,9	
GRÈCE	1,8	
DANEMARK	1,8	
SUISSE	1,2	
BENELUX	1,1	
NORVÈGE	1,0	
ALLEMAGNE	0,8	
AUTRICHE	0,7	
ITALIE	0,5	

LES RÉSULTATS DE L'ÉCONOMIE LANDAISE AU DÉBUT DU PRINTEMPS



- Un **CHIFFRE D'AFFAIRES** qui remonte **+ 2,03 %**
- Des **EXPORTATIONS** en léger progrès **+ 1,27 %**
- Des **RECRUTEMENTS** plus nombreux **+ 4,0 %**
- Une **DEMANDE D'EMPLOIS** stable **+ 0,9 %**
- Des **OFFRES D'EMPLOI** en chute **- 24,2 %**

2

L'ENQUÊTE

Tendances générales



Enquête 1^{er} semestre 2026

L'ENQUÊTE DE MAI 2026 : TENDANCES GÉNÉRALES

Un baromètre autour de quatre indicateurs

1 L'ACTIVITÉ

2 L'INVESTISSEMENT

3 L'EMPLOI

4 LES FINANCES



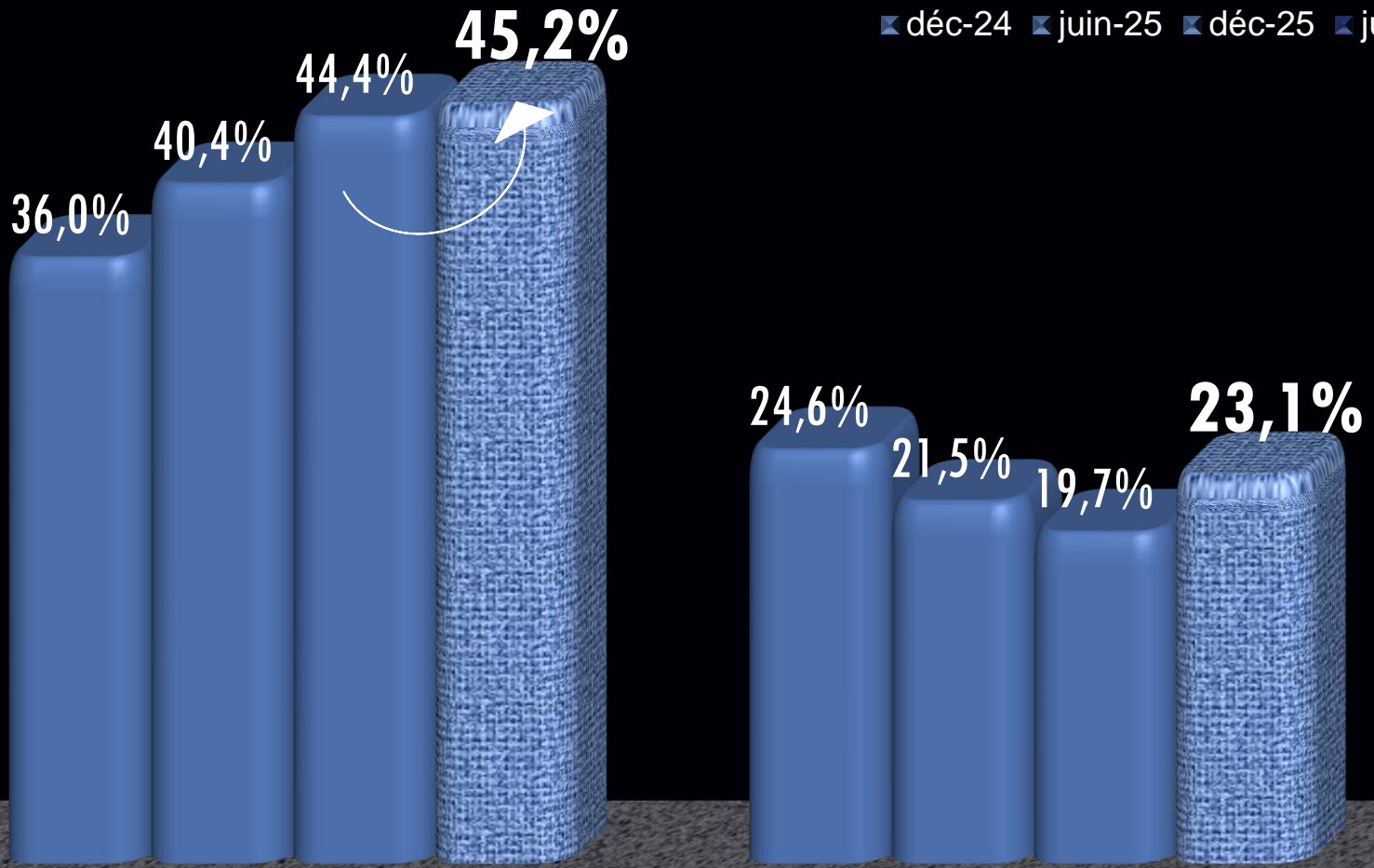
Poursuite d'un cycle négatif

- ▶ Durant ce premier semestre, moins de 24% des entreprises ont vu leur CA progresser alors que 45% l'ont vu régresser (+4 pts / juin 25).
- ▶ Les carnets de commandes restent orientés à la baisse pour 40% des entreprises .

Évolution des chiffres d'affaires

(en % des réponses)

■ déc-24 ■ juin-25 ■ déc-25 ■ juin-26

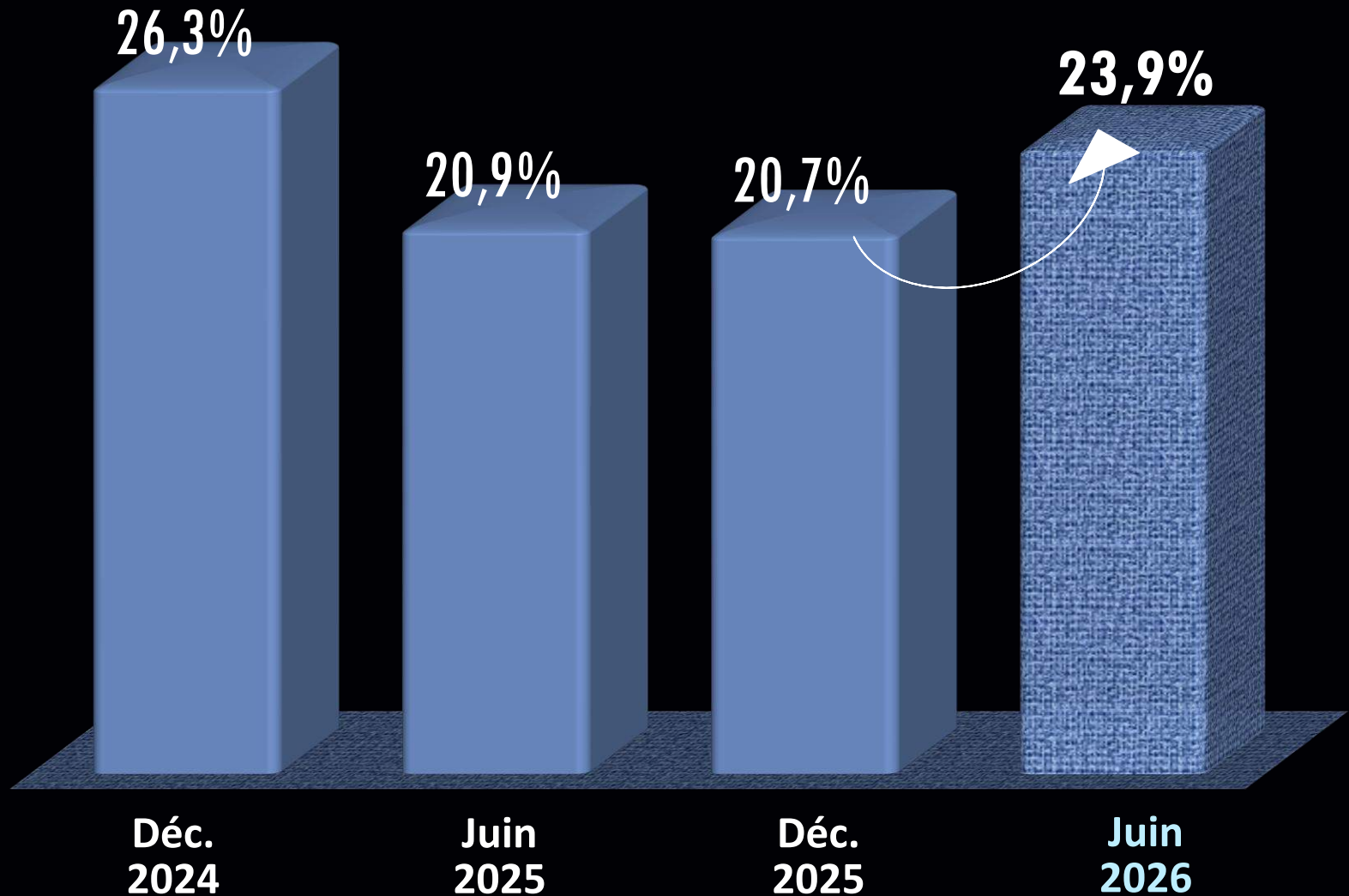


En Baisse

En Hausse

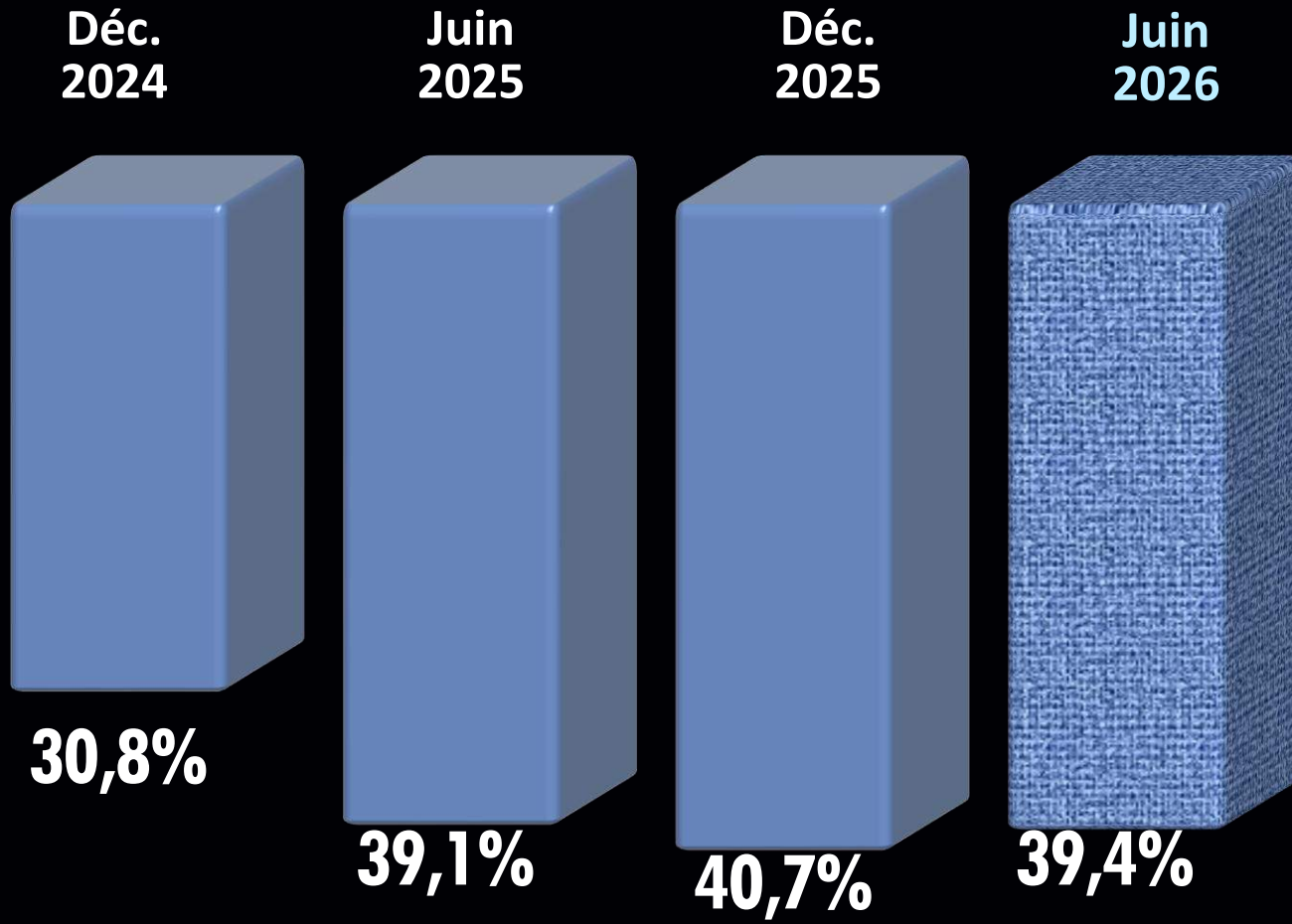
Carnets de commandes en hausse

(en % des réponses)



Carnets de commandes en **baisse**

(en % des réponses)



Enquête 1^{er} semestre 2026

1

L'enquête de mai 2026: les tendances générales

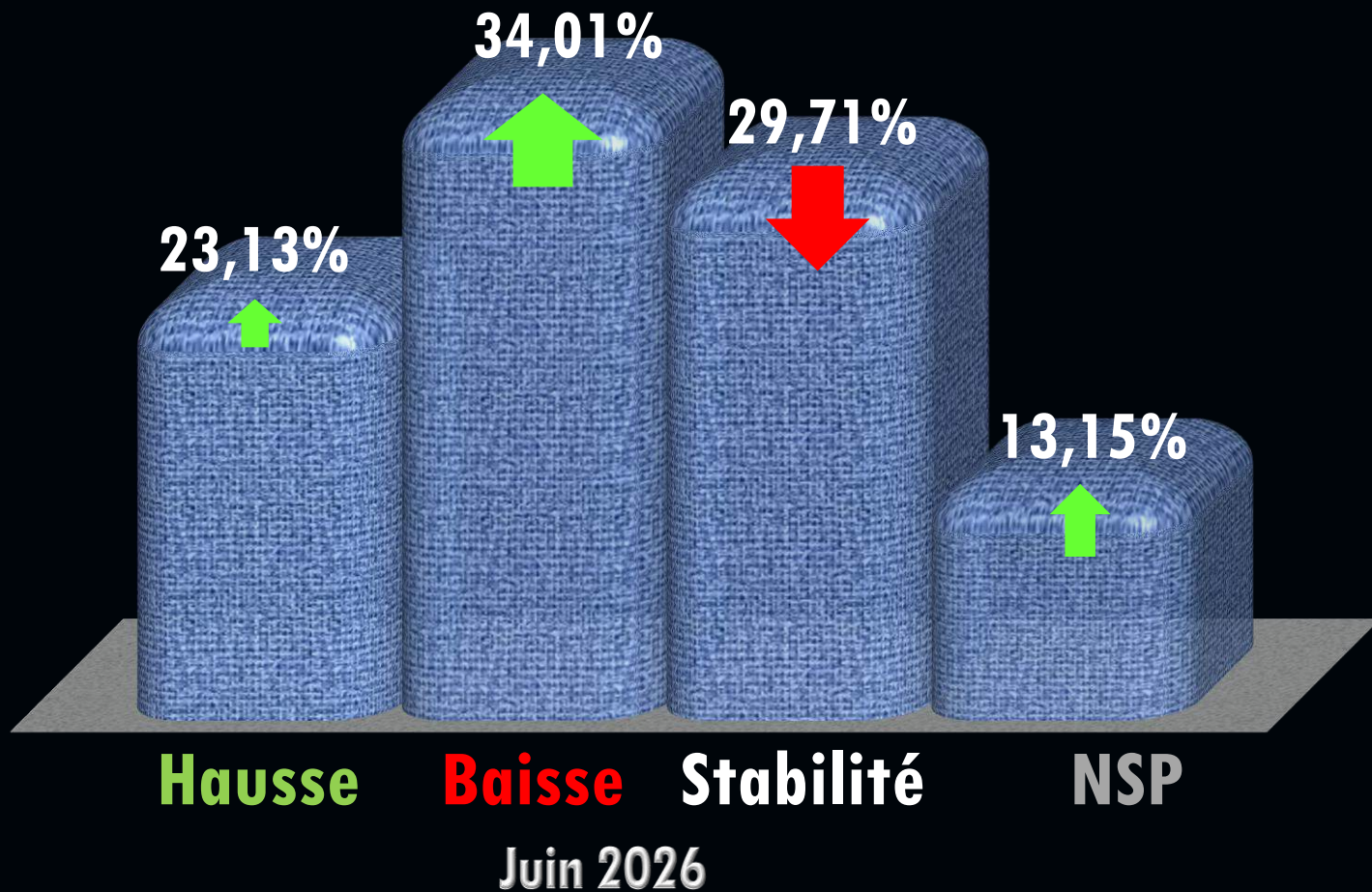
L'ACTIVITÉ



Une détérioration est envisagée

- ▶ **20% des entreprises prévoient une hausse de leurs carnets de commandes et 36,5% prévoient une baisse (contre 23% fin 2025).**
- ▶ **Pour le CA, les entreprises qui anticipent une baisse restent plus nombreuses (33%) que celles qui prévoient une hausse (25%).**

Perspectives d'activité: 34 % des entreprises prévoient une détérioration (+7pts/déc.25)

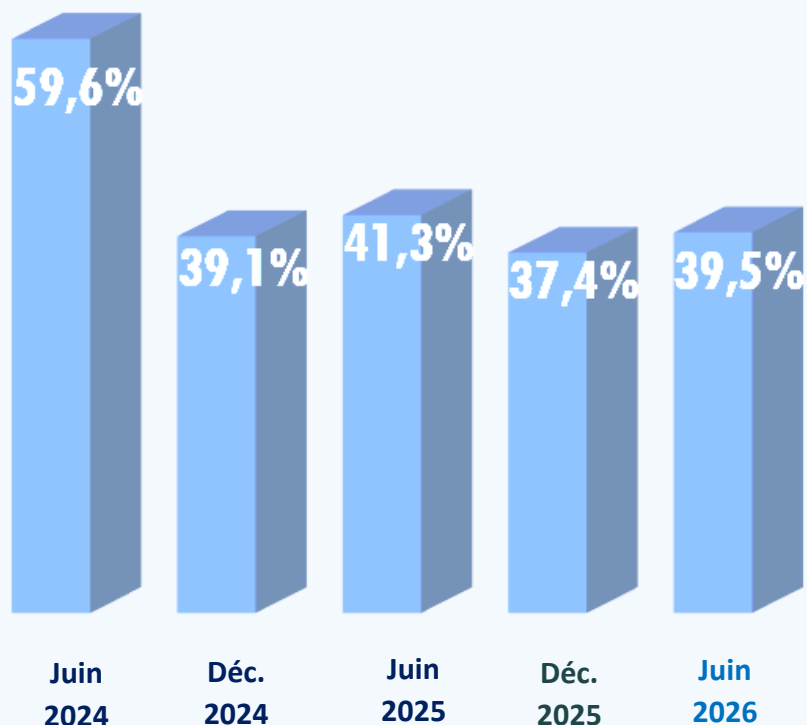


Enquête 1^{er} semestre 2026



Juin 2026

L'enquête de mai 2026: **L'INVESTISSEMENT**



Grande réserve

39,5% déclarent avoir investi durant ce premier semestre
(Près de 50% dans les Services et 30% dans le Bâtiment et les Commerces).

4,6 invts. sur 10 ont trait à la maintenance.

INVESTISSEMENTS

(TVA déductible sur immobilisations)

Les 3 premiers mois de 2026 ont été marqués par une augmentation des investissements (+13,3%) par rapport à la même période de 2025.

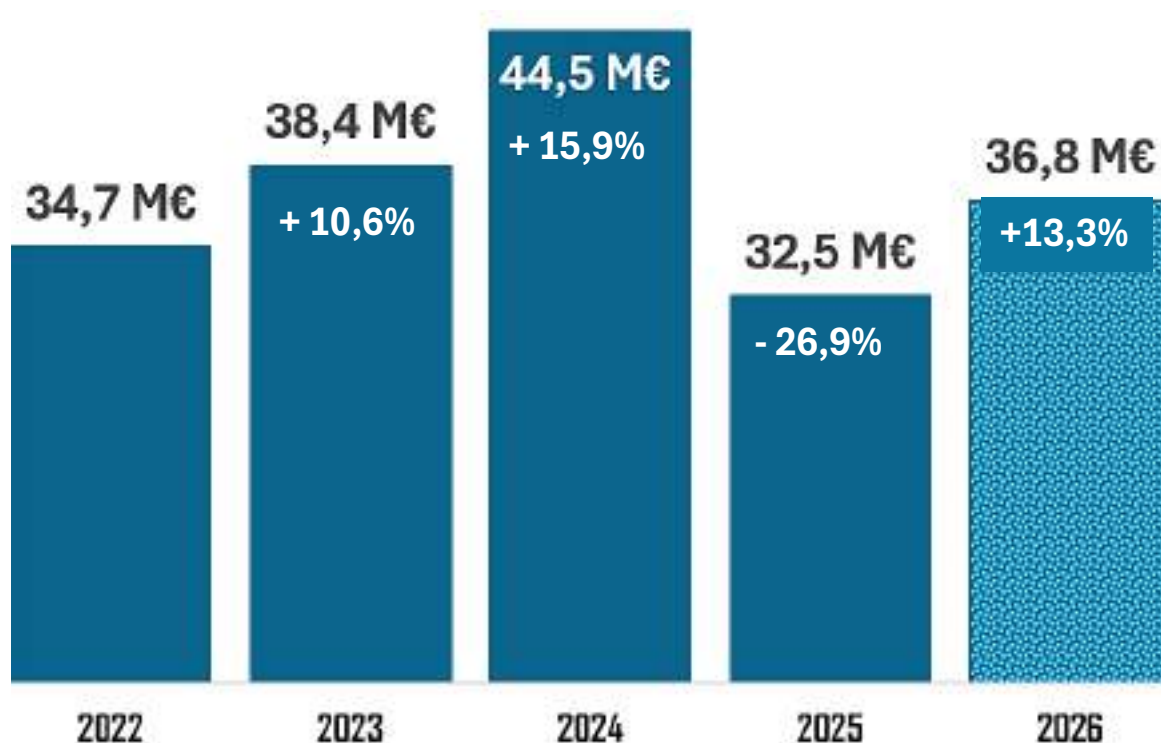
Cette hausse est marquée dans les secteurs de l'Agriculture (+ 53%), des Industries (+ 21%), des Services (+ 4%) et dans le Commerce (+ 5%).

D'autres secteurs voient en revanche leurs investissements baisser sensiblement, comme l'hébergement-restauration (-14%), ou la construction (-13%).

Situation au 31/03/2026 :

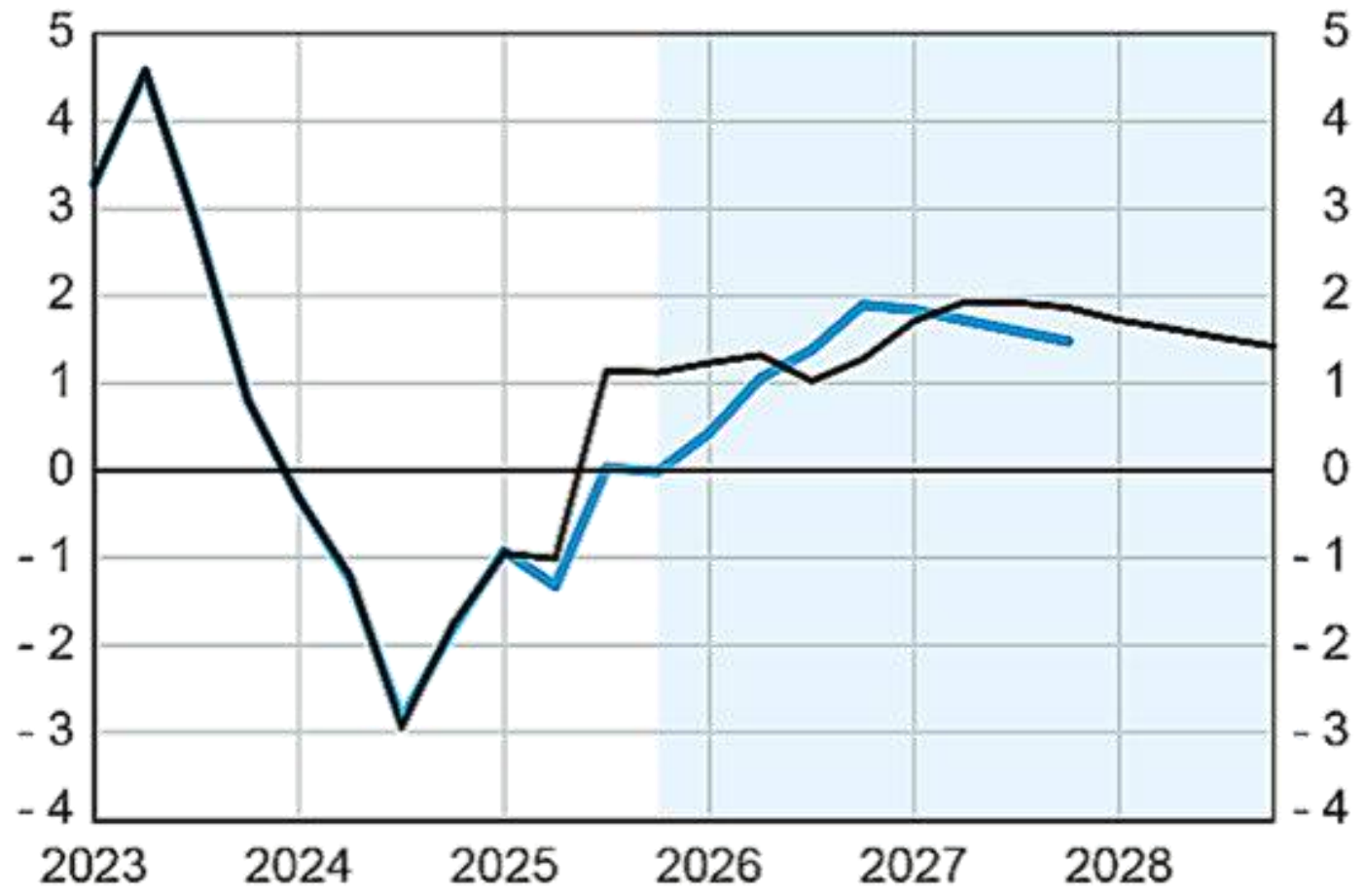
Les investissements repartent à la hausse par rapport à la même période de 2025 (+13,3%), avec 37 M€ de TVA déductible sur immobilisations.

Cette hausse est nettement plus marquée dans les Landes qu'au plan national (+1,2%) et qu'en Nouvelle Aquitaine (+ 1,3%).



L'investissement des entreprises serait encore affecté sur les deux années prochaines.

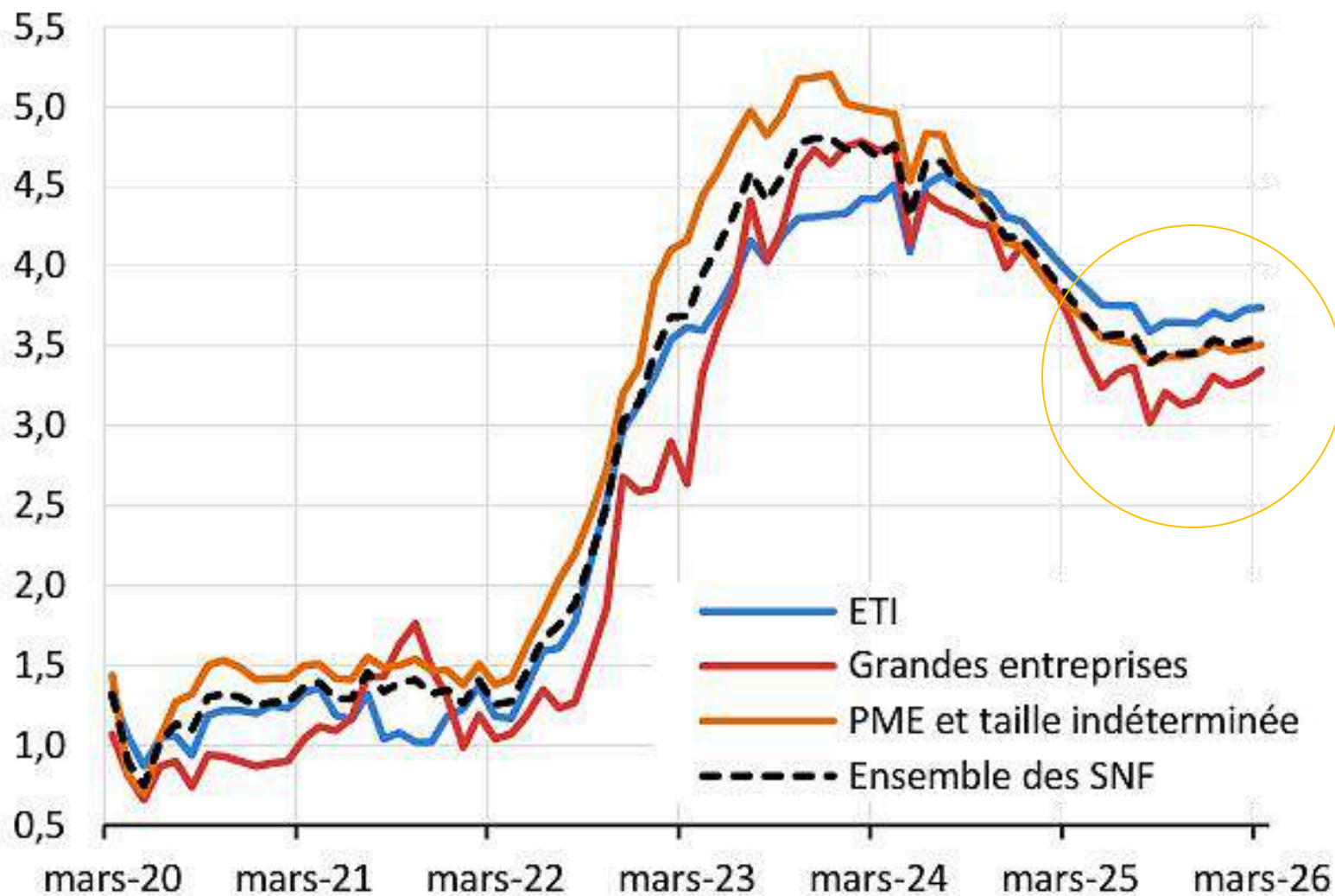
(glissement annuel de séries trimestrielles, en %)



— Projection de décembre 2025
— Projection de septembre 2025

Source

Taux d'intérêt (toutes maturités confondues) par taille d'entreprises (en %)





Des perspectives empreintes de prudence

- ▶ **Près de 60%** des entreprises interrogées ne comptent pas investir dans les mois qui viennent (*70% pour celles du BTP et 65% pour celles du Commerce*).
- ▶ Parmi les **21%** des entreprises qui **prévoient d'investir** (*46% dans l'industrie*), **1/3** va le faire dans **la maintenance**, **30%** dans l'innovation et **37%** compte procéder à des augmentations de capacité.



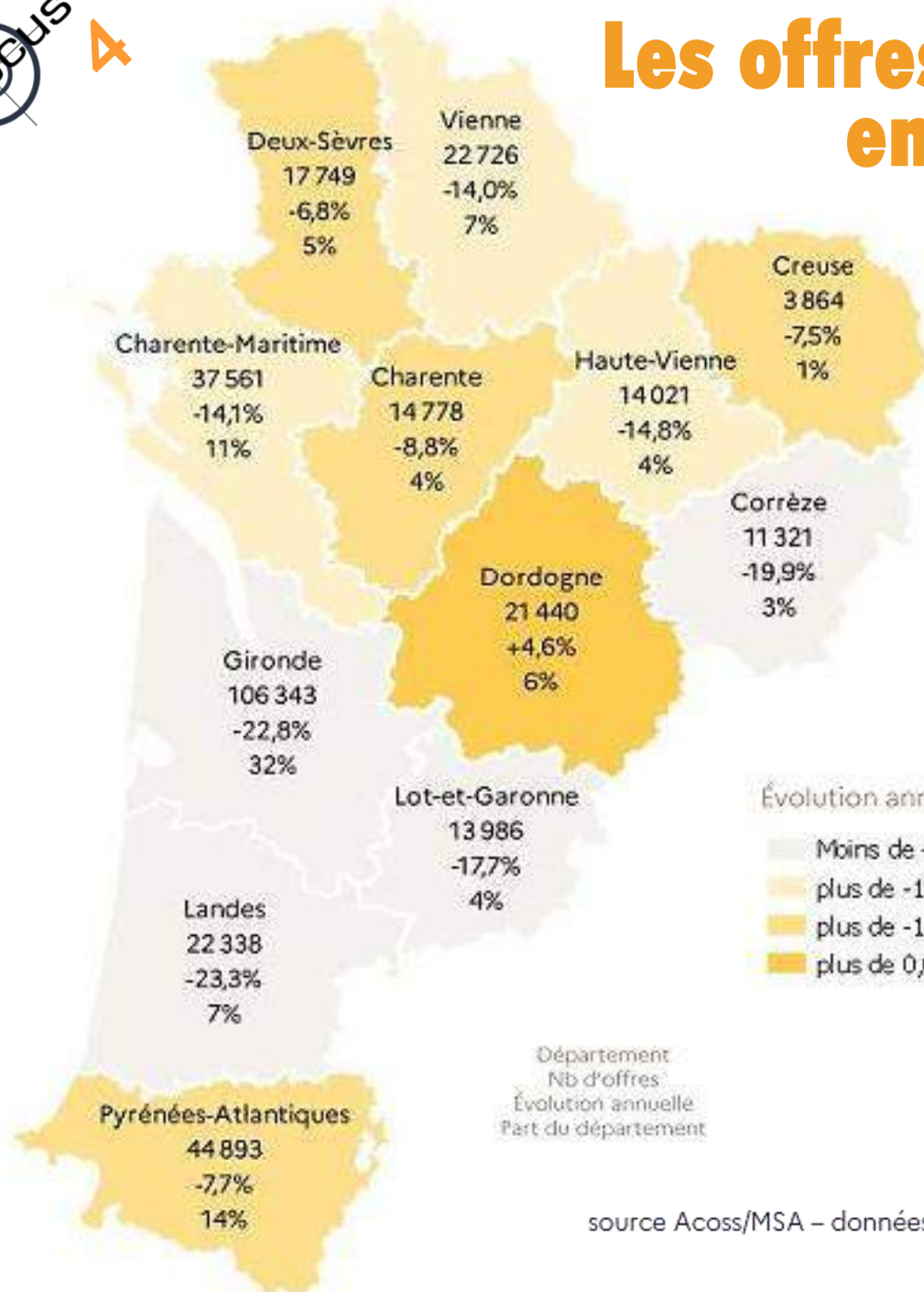
Des effectifs stables

- ▶ Plus des **3/4 des entreprises** ont **conservé** le même volume d'**effectif**.
- ▶ **17,1%** des entreprises **ont réduit** leur personnel (*3 pt de plus qu'en déc. dernier*) surtout les **contrats courts**.
- ▶ Le rythme de **recrutement** décélère:
▶ **8,5%** des entreprises ont embauché (*-7 pts / déc. 25*), plutôt en Intérim ou en **CDD**.



Les offres d'emploi enregistrées

Évolution des offres enregistrées
-23,3%
(avr 25 à mars 26)
sur un an



Évolution annuelle

- Moins de -15,8%
- plus de -15,8%
- plus de -14,0%
- plus de 0,0%

Le nombre d'offres enregistrées par département affiche une baisse dans onze des douze départements néo-aquitains (-15,8% en moyenne). Le département de la Dordogne reste le seul à enregistrer une progression annuelle du nombre d'offres. Sur un an, les évolutions s'échelonnent de **-23,3% dans les Landes** à **+4,6% en Dordogne**

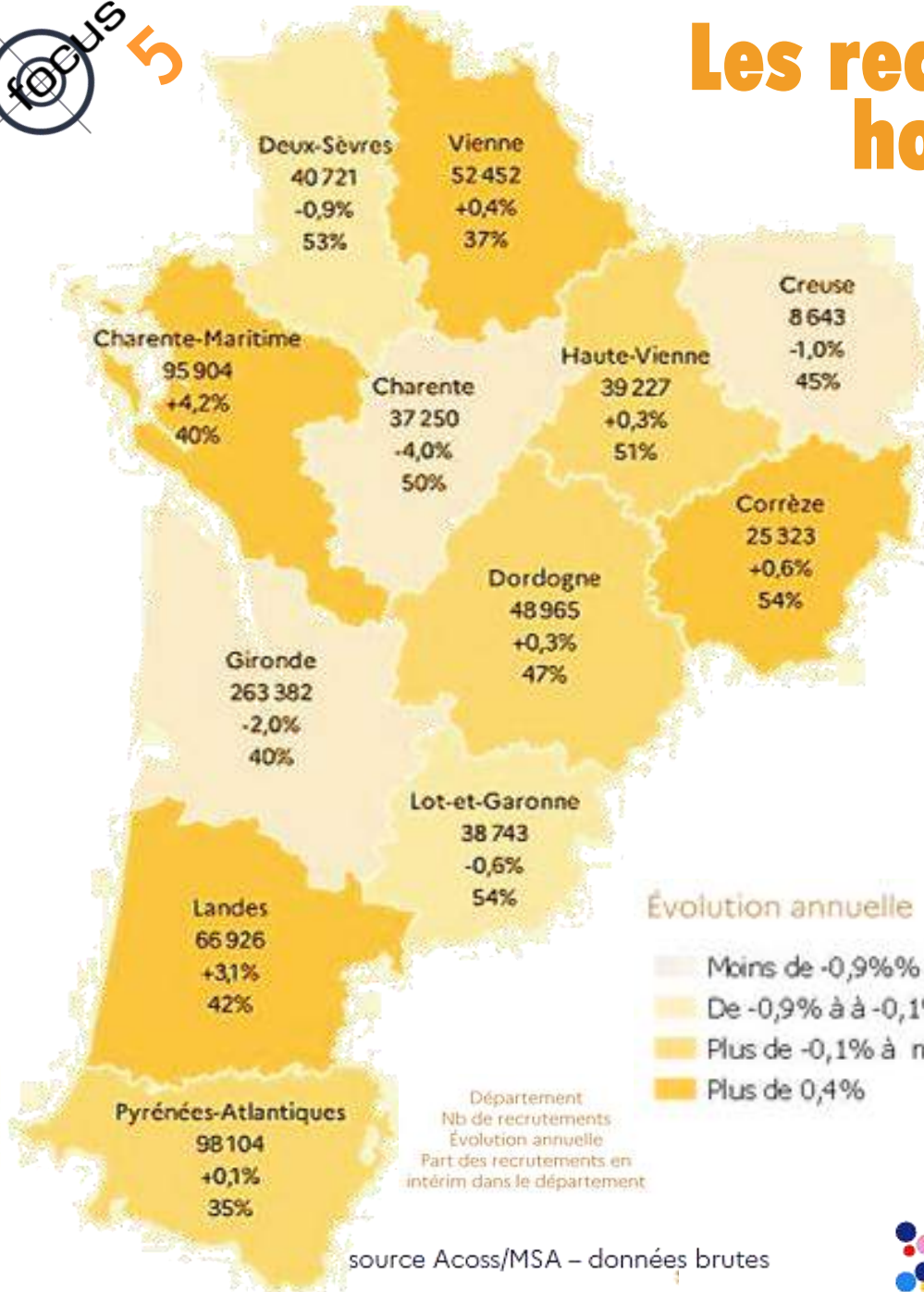
source AcoSS/MSA – données brutes



Les recrutements hors intérim

Évolution des recrutements hors intérim et contrats de moins d'un mois

+3,1%
(avr 25 à mars 26)
sur un an



L'évolution annuelle du nombre de recrutements est orientée à la hausse dans 7 des 12 départements néo aquitains pour la période d'avril 2025 à et mars 2026. (-0,1% en moyenne)

Les départements de la Charente, de la Creuse, de la Gironde, du Lot Garonne et des Deux Sèvres enregistrent une baisse du nombre de recrutements sur un an.

Les évolutions s'échelonnent de -4% en Charente à +4,2% en Charente. **Les Landes avec +3,1% se placent au 2^e rang.**

source AcoSS/MSA – données brutes

L'emploi intérimaire



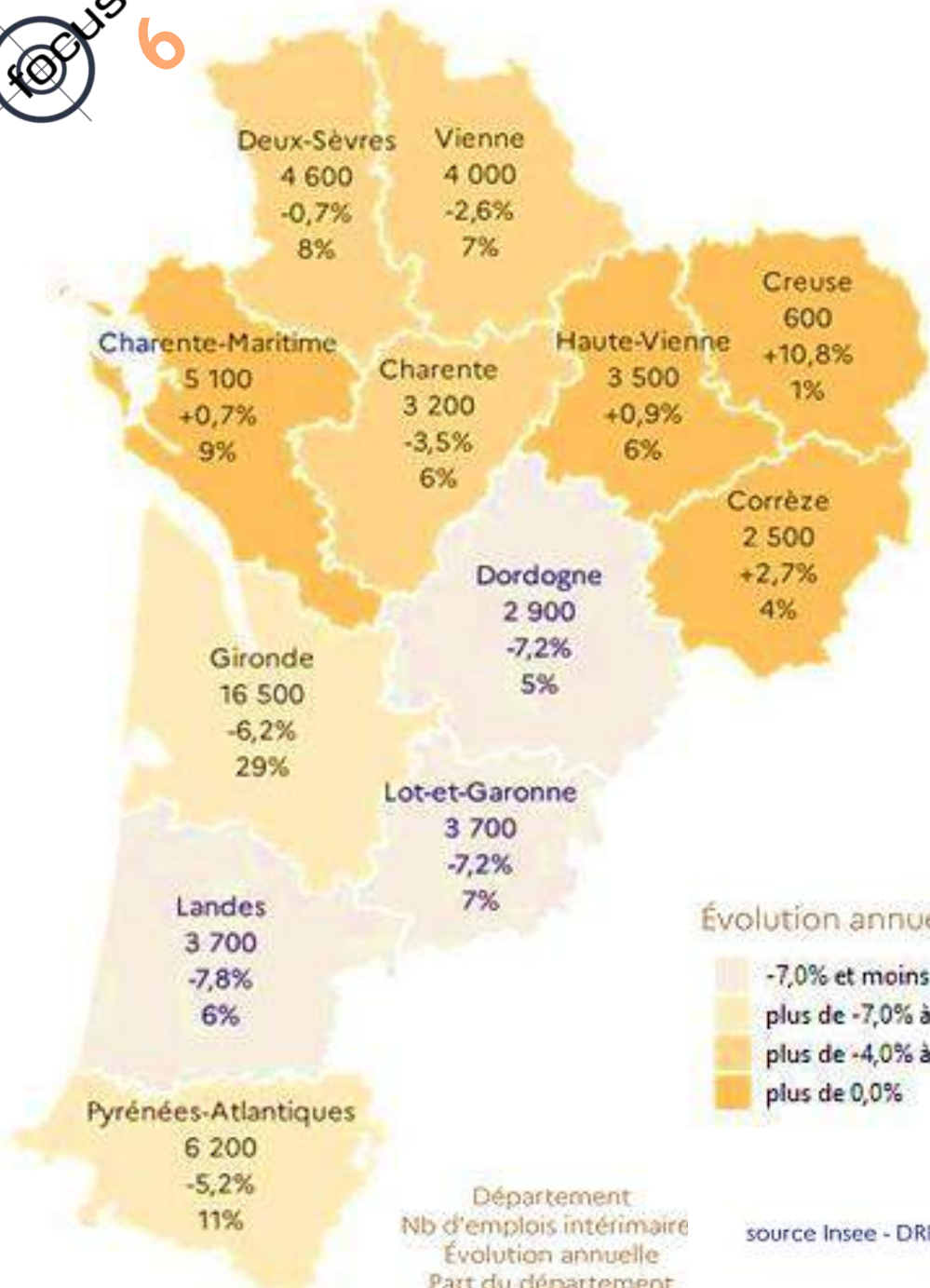
Évolution de l'intérim

- 7,8%

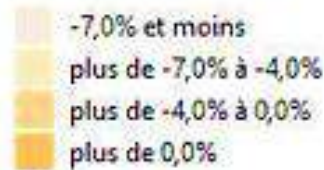
(4T2025)

sur un an

Sur un an, au 4^{ème} trimestre 2025 l'emploi intérimaire diminue (-2% en moyenne) dans huit départements de la région. Les évolutions s'échelonnent de **-7,8%** dans les Landes à **+10,8%** dans la Creuse



Évolution annuelle



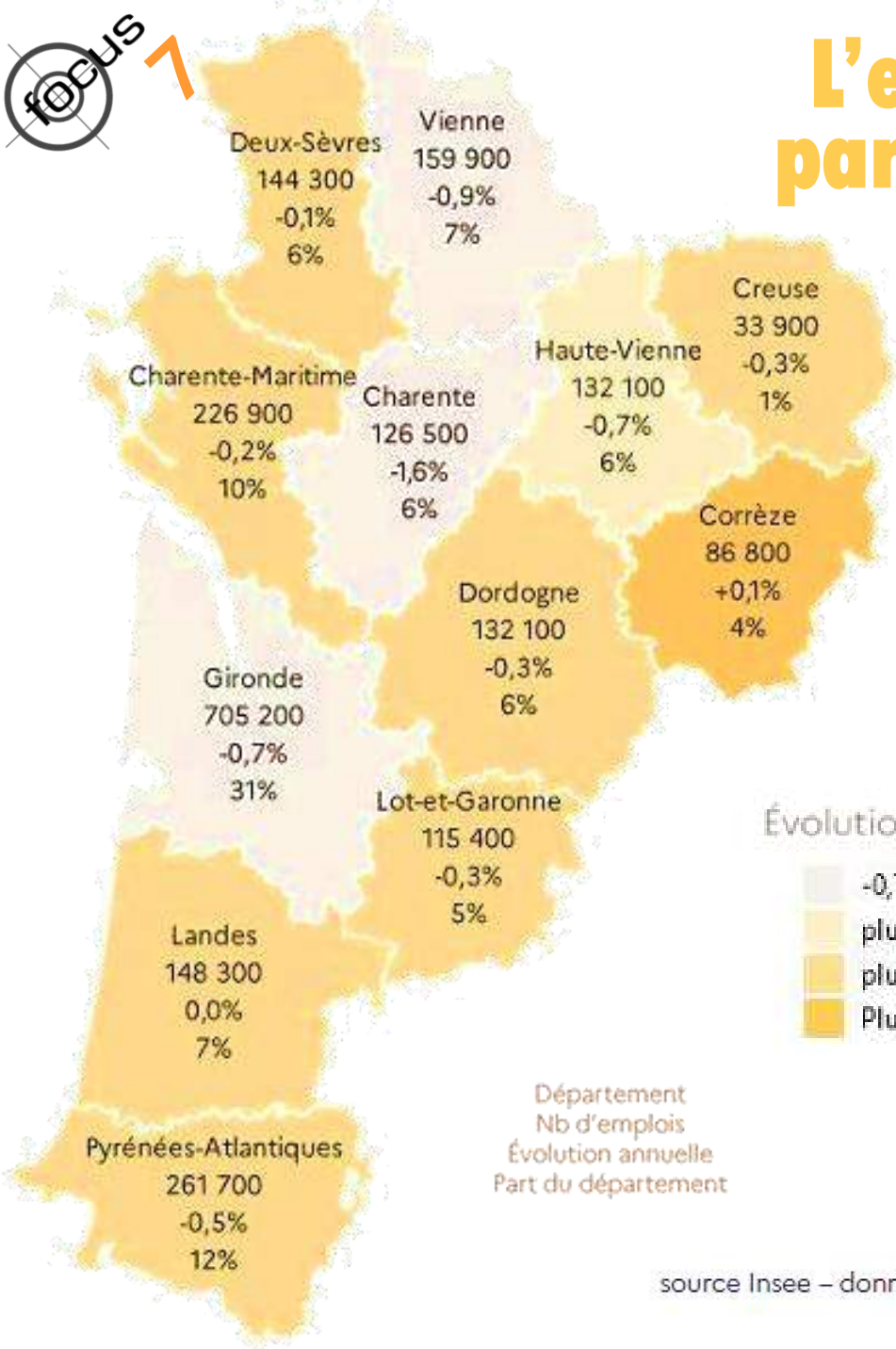
Département
Nb d'emplois intérimaire
Évolution annuelle
Part du département

source Insee - DREETS Nouvelle-Aquitaine – données cvs (ETT)



L'emploi salarié par département

Évolution de l'emploi salarié
+0,1%
 (4T2025)
 sur un an



Dix départements de la Nouvelle Aquitaine enregistrent une baisse annuelle de l'emploi salarié au 4^{ème} trimestre 2025 parmi les douze que compte la région. (baisse moyenne de - 0,5% sur un an) . Les évolutions annuelles s'échelonnent de 1,6% en Charente à +0,11% en Corrèze et + 0,07% dans les Landes

source Insee – données cvs





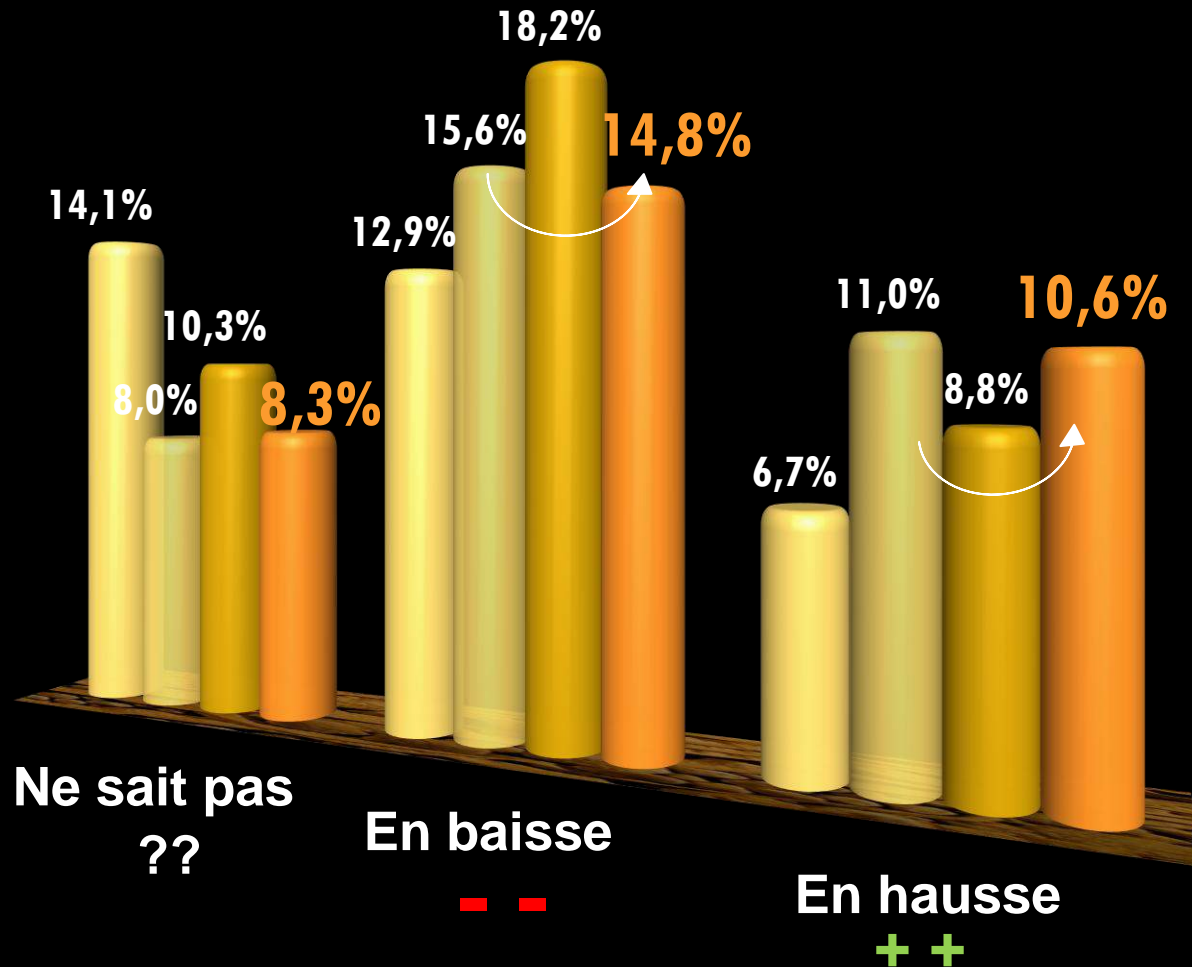
Les perspectives sont **tièdes**:

- ▶ **2/3** des entreprises prévoient un effectif **stable** pendant que moins de **8,2%** s'interrogent en raison du manque de visibilité (*Industrie 12%*).
- ▶ **Près de 11%** envisagent de **recruter** (*Industrie 17%*)
- ▶ **Près de 15%** des entreprises (*Bâtiment 25%*) vont **réduire** leur effectif.

Effectifs: perspectives

(en % des réponses)

■ déc-24 ■ juin-25 ■ déc-25 ■ juin-26





Enquête BMO 2026

sur les intentions d'embauche

Landes

En 2026, le nombre de projets de recrutement recule (- 8%) en Nouvelle-Aquitaine dans un contexte économique incertain. Ce repli est commun à l'ensemble des régions françaises.

Dans les **Landes il s'affiche à - 5,1%**.

La part importante de **projets saisonniers** reste une caractéristique de la région par rapport au niveau national. **59 % dans les Landes** et 43% en Région

Avec 7 points de moins sur un an, la proportion de projets dont le recrutement est jugé difficile (50 % en moyenne) diminue de nouveau. **Ce taux varie de 47% dans les Landes à 62% en Corrèze.**

Certains métiers restent très demandés:

*Aides-soignants, Cuisiniers, Aides cuisiniers
Employés de l'hôtellerie
Aides à domicile et auxiliaires de vie
Agents d'entretien de locaux,
Ouvriers peu qualifiés des industries agro alimentaires...*

24 200 projets de recrutement ont été exprimés par les employeurs dans les Landes
48% des intentions d'embauche sont issues du **secteur des services aux particuliers**,
53% des établissements de **moins de 10 salariés**

Les taux de difficulté de recrutement par secteur d'activité



4

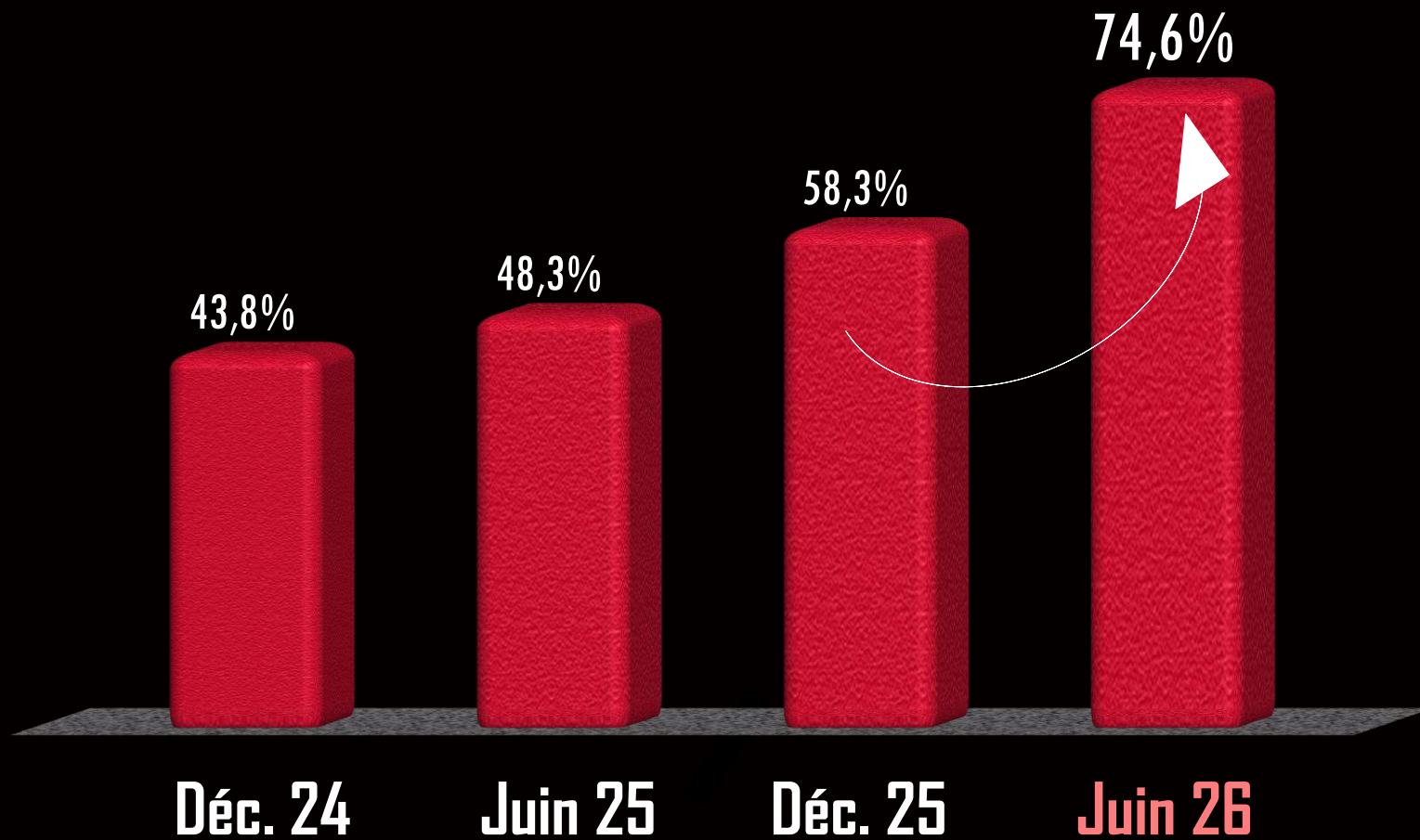
L'enquête de mai 2026: **LES CRITÈRES FINANCIERS**



- ▶ Les **prix d'achat** s'apprécient encore pour $\frac{3}{4}$ des entreprises,
- ▶ $\frac{1}{4}$ des entreprises a déjà relevé ses **prix de vente**,
- ▶ Les **marges** sont en baisse pour plus de **47%** des entreprises,
- ▶ Avec **65%** des entreprises interrogées jugent leur **trésorerie tendue**.

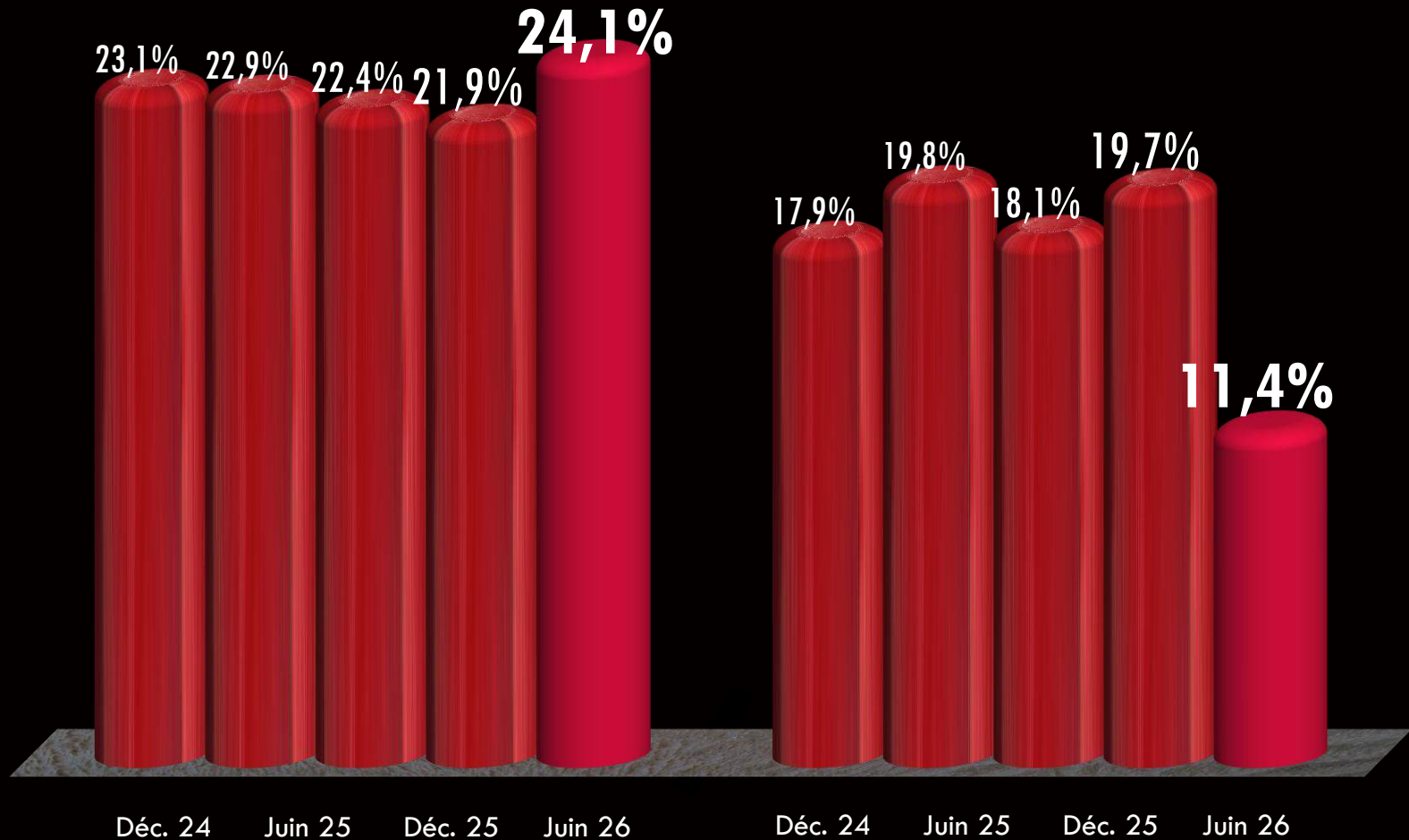
Des prix d'achats revalorisés

(en % des réponses)



1/4 des entreprises revalorisent leurs tarifs

(en % des réponses)



En Hausse

En Baisse

L'évolution des prix de vente s'est désormais normalisée

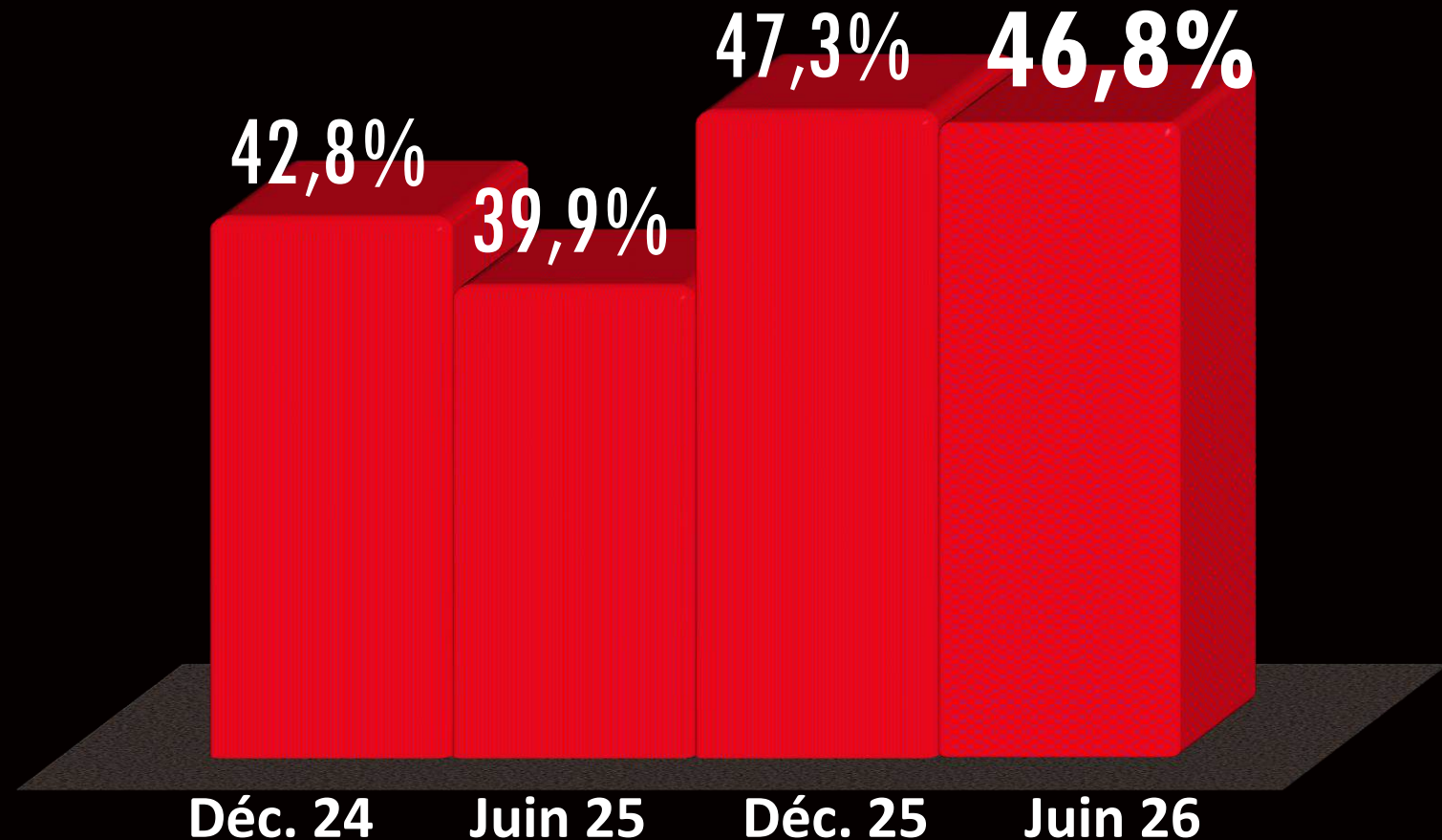
FRANCE

Évolution des prix de vente par grands secteurs (solde d'opinion CVS-CJO)



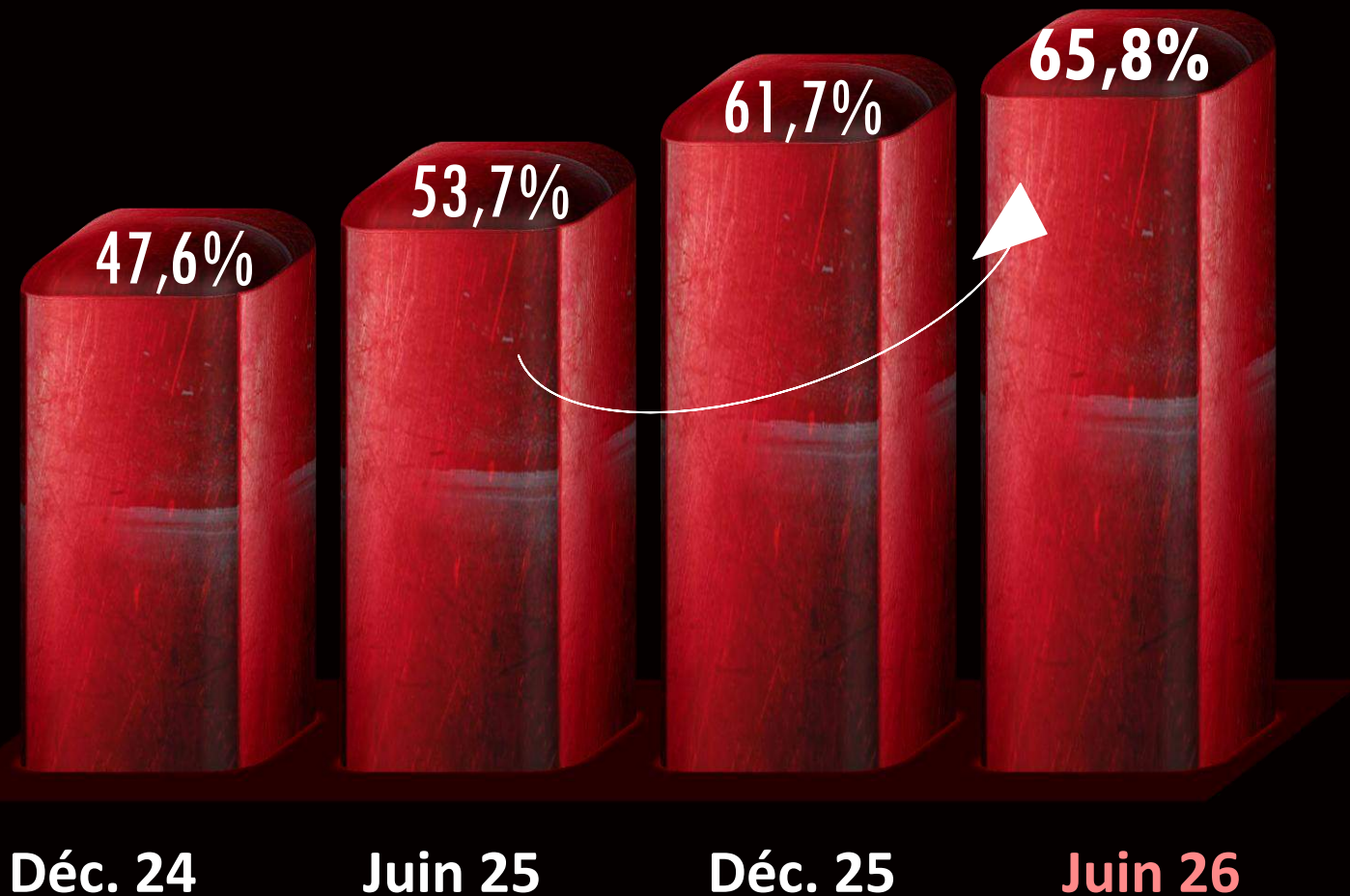
Des marges érodées pour près d'1 entreprise sur 2

(en% des réponses)



Enquête 1^{er} semestre 2026

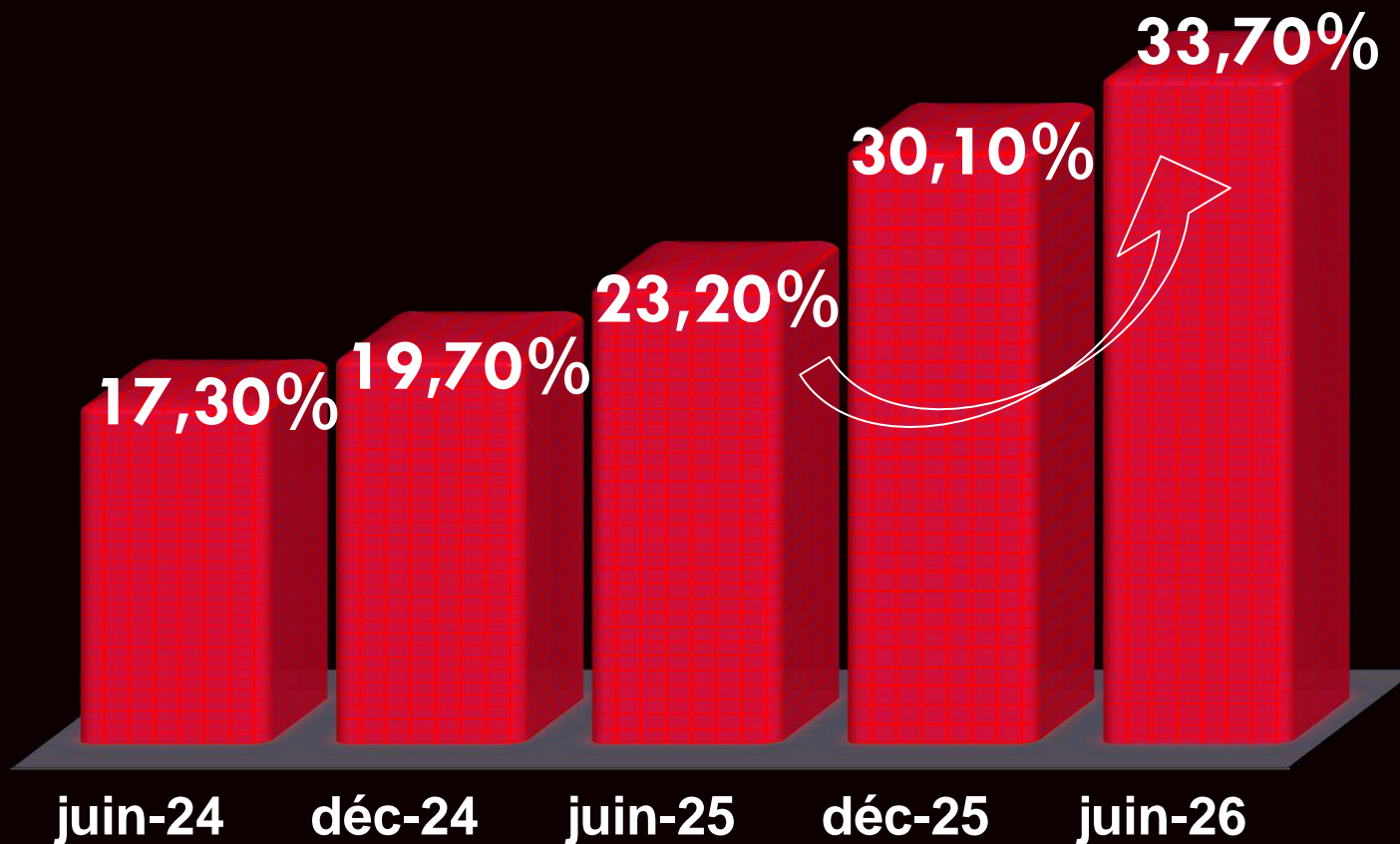
Des trésoreries tendues pour 2/3 des entreprises (en% des réponses)



Enquête 1^{er} semestre 2026

Des délais de paiement qui se rallongent

(en% des réponses)



Enquête 1^{er} semestre 2026

3

L'ENQUÊTE

Tendances sectorielles



L'ENQUÊTE DE MAI 2026 : TENDANCES SECTORIELLES

des principales activités qui structurent l'économie du département des Landes



SERVICES AUX ENTREPRISES



NETTOYAGE, CONSEIL, NUMÉRIQUE, TRANSPORT, INTÉRIM ...

- **Les tarifs des prestations évoluent peu, les nouveaux marchés se raréfient, les retards de paiement deviennent plus fréquents et les trésoreries se fragilisent.**
- **D.O attentistes mais accessibles avec quelques perspectives pour les activités de Nettoyage et l'Informatique.**
- **Activité plus réduite dans le Conseil & Ingénierie, l'Intérim et le Transport, qui se situe en deçà de l'an passé et se doublant de problématiques de prix de presta.**



ACTIVITÉS FINANCIÈRES & IMMOBILIÈRES



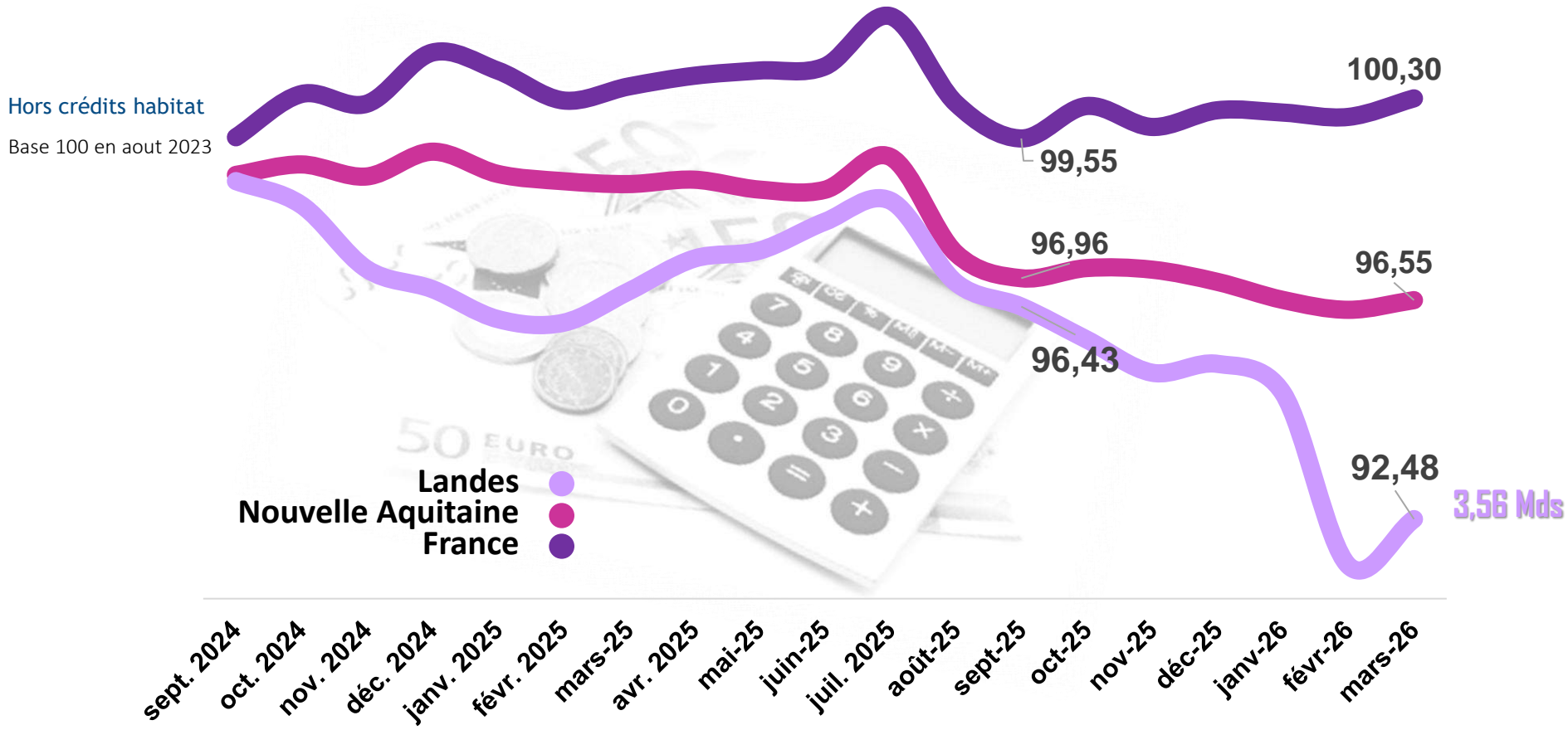
BANQUES, ASSURANCES & MUTUELLES, IMMOBILIER

- **L'Immobilier s'adapte à la raréfaction des biens, les prix ne reculent pas vraiment (+2,7%) au contraire des mises en ventes de neuf (- 9,9%) alors que les transactions progressent (+4,5%).**
- **Les résultats restent convenablement orientés pour les Banques, Mutuelles & Assurances bien qu'elles évoluent dans des environnements volatils et incertains, fortement complexifiés (normes et concurrence).**
- **Les défis restent nombreux: exposition « private crédit », risques et normes prudentielles, devoir de vigilance, gestion patrimoniale, cybersécurité ...**

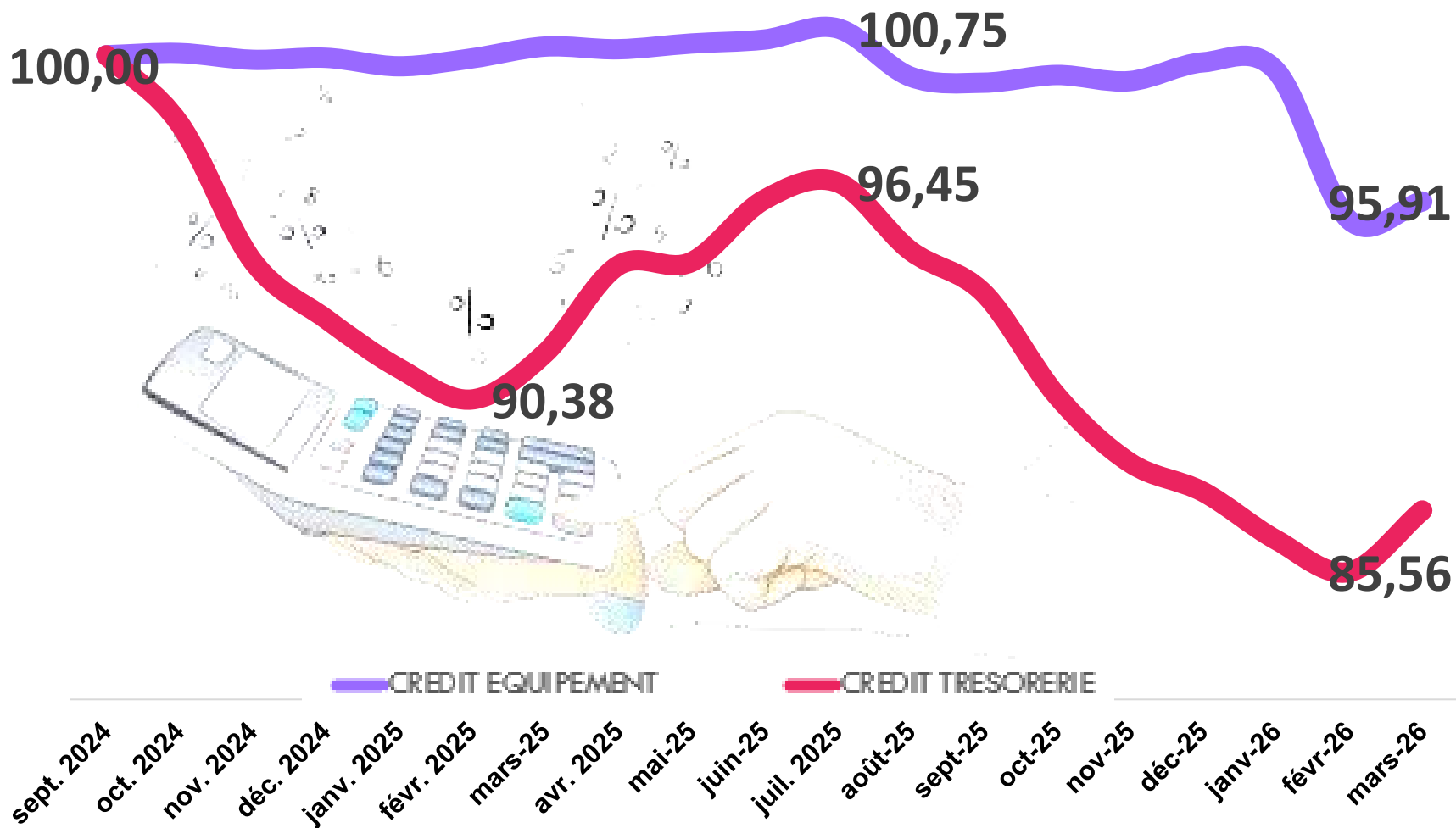


LES CRÉDITS BANCAIRES AUX ENTREPRISES DES LANDES

- 4,4 % dans les Landes depuis un an
- 2,2 % en Nouvelle Aquitaine
- 0,2 % en France



LES CRÉDITS BANCAIRES AUX ENTREPRISES DES LANDES



BATIMENT TRAVAUX - PUBLICS



- **La situation demeure fragile et contrastée.**

- **Si les mises en chantier de *logements* enregistrent un rebond notable en ce début d'année, l'activité reste globalement sous tension ou incertaine dans les segments de *l'entretien-rénovation*, des *matériaux* de construction ou des *Travaux Publics*.**

- **Les carnets de commandes restent à un niveau moyen même si les perspectives s'améliorent un peu avec des permis de construire plus nombreux tant dans le logement que pour le *non résidentiel*.**



DES CRÉDITS À L'HABITAT À LA HAUSSE

8,152 Mds

base 100 en déc.2023

8,153 Mds

Encours
+ 1,25%
En 1 an
x2 / FR et NAQ



En millions d'e

webstat

BANQUE DE FRANCE

Sources

Landes ●
Nouvelle Aquitaine ●
France ●

août-23 sept. 2023 oct. 2023 nov. 2023 déc. 2023 janv. 2024 févr. 2024 mars-24 avr. 2024 mai-24 juin-24 juil. 2024 août-24 sept. 2024 oct. 2024 nov. 2024 déc. 2024 janv. 2025 févr. 2025 mars-25 avr. 2025 mai-25 juin-25 juil. 2025 août-25 sept-25 oct-25 nov-25 déc-25 janv-26 févr-26 mars-26

98,794

100,064

99,982

99,415

99,364



LOGEMENTS

Mises en chantiers

1 086 **+ 124,1%**

Permis de construire

2 730 **+ 241,2%**



LOCAUX

Mises en chantiers

- 6,5%

48 105m²

Permis de construire

+ 18,8%

78 517 m²





LOGEMENTS

Mises en chantiers

1 086 - **26,0%**

Permis de construire

2 730 - **0,6%**



LOCAUX

Mises en chantiers

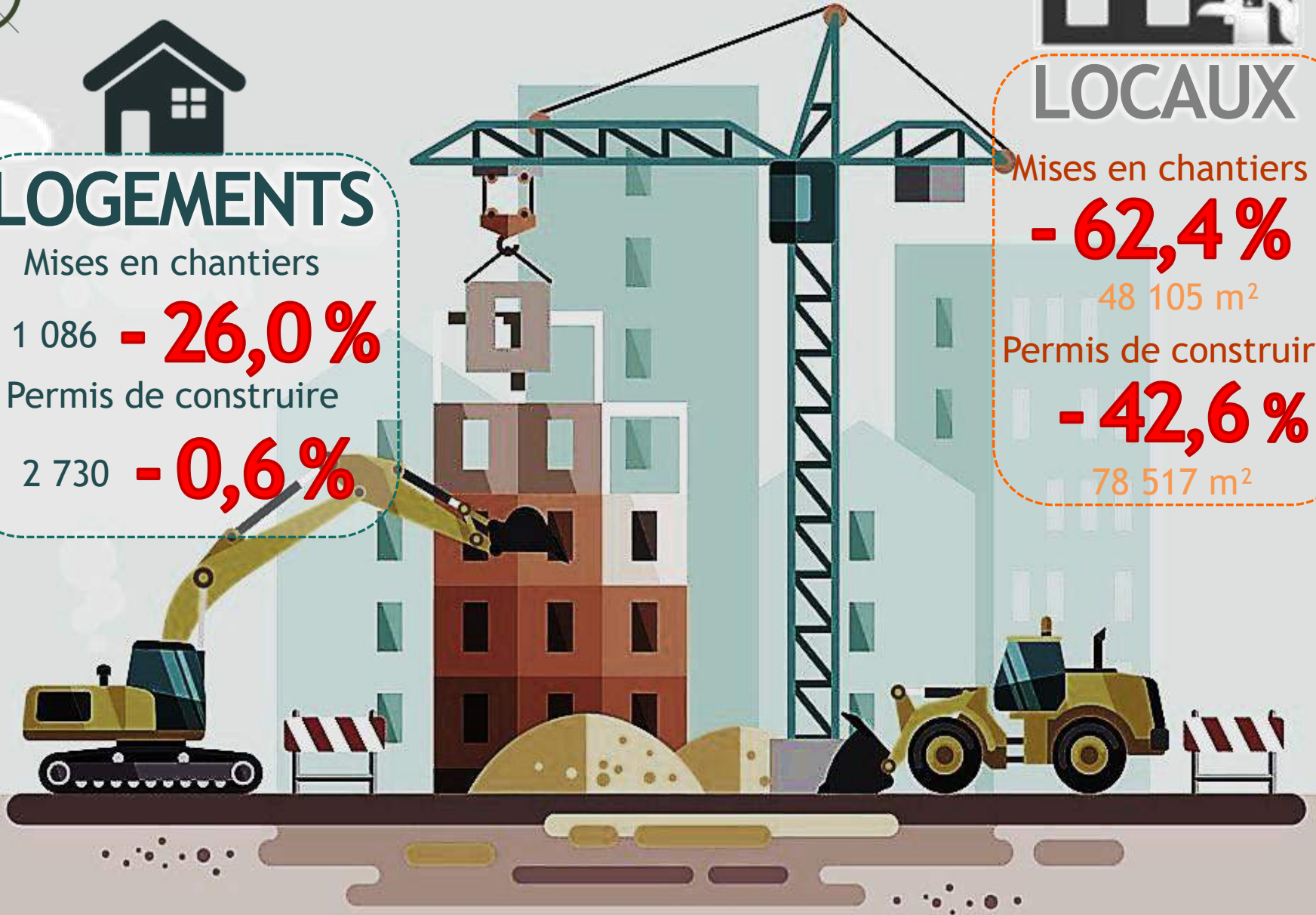
- **62,4%**

48 105 m²

Permis de construire


- **42,6%**

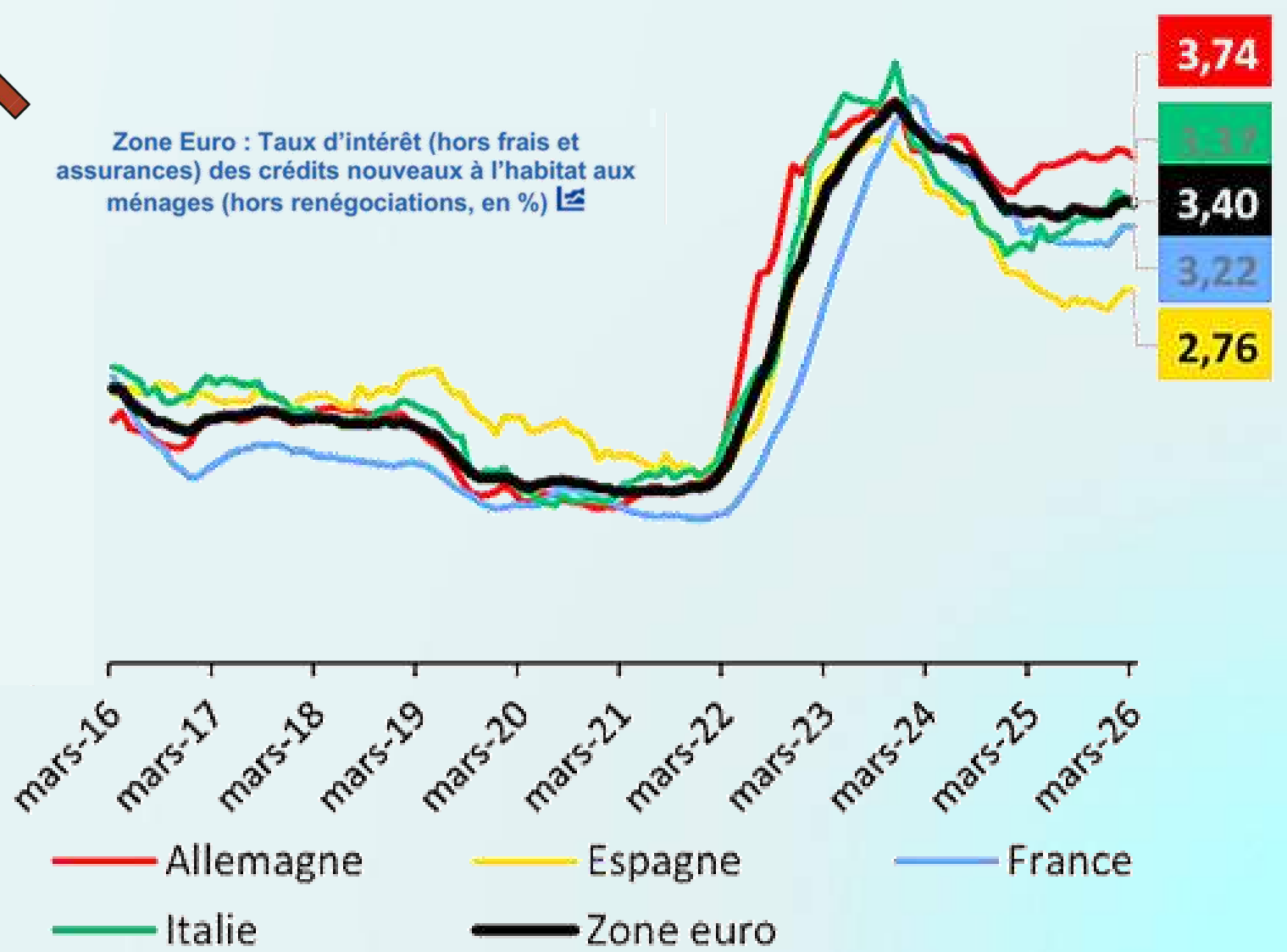
78 517 m²



VERS UNE HAUSSE DES TAUX DE CRÉDITS ?



Zone Euro : Taux d'intérêt (hors frais et assurances) des crédits nouveaux à l'habitat aux ménages (hors renégociations, en %) 



AÉRONAUTIQUE



La filière aéronautique régionale a retrouvé depuis 2 ans une forte dynamique. Ces carnets de commandes abondants ont perturbé la « supply-chain » ; elle commence à retrouver le rythme même si des ralentissements existent encore (*manque de main d'œuvre et de certaines pièces ou matières*).

Le rythme des commandes sur les marchés intérieur et l'export dépasse les capacités dans *l'aviation civile*. L'orientation est également très favorable pour les activités liées à la *Défense* et à la *motorisation d'Hélicoptères*.

La situation s'est améliorée pour *l'Espace* et *l'aviation d'affaires*.

Recrutements, formation, investissements, nouveaux carburants et décarbonation sont au cœur de la stratégie.



BOIS, PAPIER, EMBALLAGES



- **L'activité a du mal à retrouver la dynamique passée.**
Les marchés liés aux Parquets-Lambris sont ralentis dans la lignée du rythme de la Construction et du Bricolage.
- **La hausse du prix des grumes dégrade les marges dans le Sciage et la fabrication de Palettes, les marchés se resserrant et les prix de vente restant parfois trop bas.**
- **Les marchés autour du Papier, des Emballages et Panneaux perdent en dynamisme alors que des investissements sont à l'œuvre.**
- **L'attractivité du pin, sa disponibilité, son prix, les carnets de commandes et le nématode préoccupent sérieusement la filière.**





CHIMIE

- **Le secteur est confronté à une baisse d'activité et impacté par la concurrence asiatique, des normes réglementaires et les différentiels abyssaux des coûts énergétiques.**
- **L'activité des filières *Cosmétiques*, *Santé*, *Hygiène* la moins impactée, voit toutefois sa demande perdre en vigueur qui contraste par rapport aux belles dynamiques des années précédentes**
- **Les marchés des autres segments, notamment ceux destinés à *l'Automobile*, *au Caoutchouc* ou *aux Engrais* décrochent et sont captés par la concurrence notamment chinoise.**



INDUSTRIES DES BIENS DE CONSOMMATION



- Les activités liées à la *Plume* positionnées sur de la haute valeur ajoutée, restent dans une dynamique convenable.
- Le *Meuble & les Arts de la table* subissent les aléas d'une consommation erratique et de la concurrence à bas prix qui pénalise les fabricants locaux.
- Les ventes du *Surf wear* sont stabilisées, confortant ainsi la stratégie de recentrage commercial et les changements de business model.



INDUSTRIES AGRO-ALIMENTAIRES



- L'activité de la branche est résiliente mais soumise à de très fortes contraintes: marchés export plus complexes, concurrence forte, émergence de centrales d'achats internationales, consommation fragile...
- La *filière Canard* retrouve une dynamique, les ventes de *Poulet label* progressent avec des prix en baisse, celles des *Produits Poissons* et des *préparations Fruits Légumes* vont mieux; les carnets de commandes manquent au total de densité.
- Les pressions sur les prix et les marges sont trop fortes et certains investissements sont reportés.

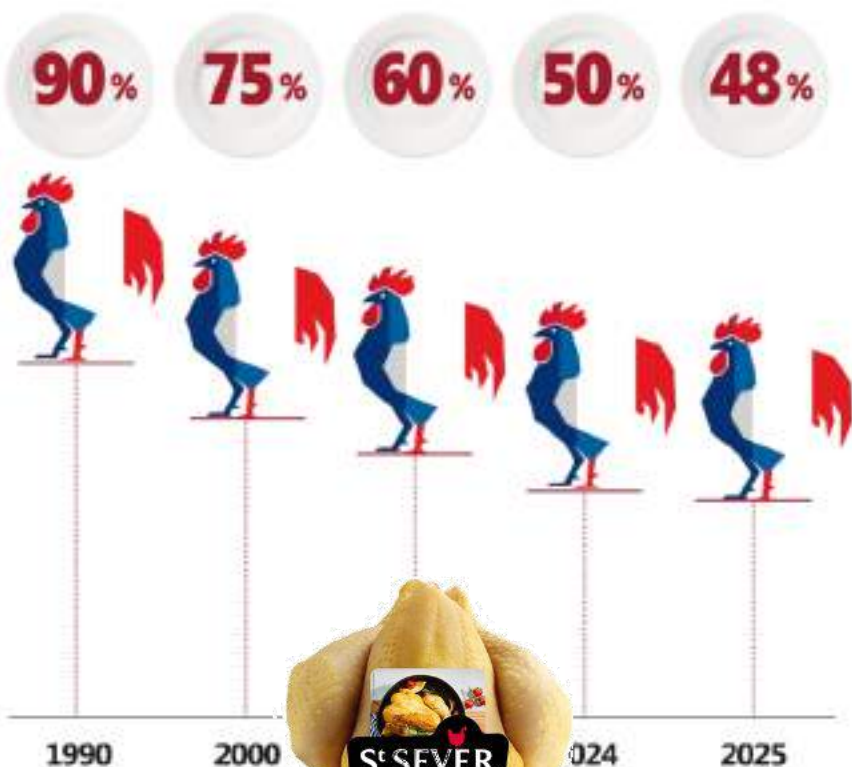


SOUVERAINETÉ ALIMENTAIRE

LE POULET FRANÇAIS FACE À SES CONCURRENTS



> La part du poulet français dans les assiettes (en France)



> La taille des élevages en Europe en nombre de volailles (recensement agricole 2020)

Pays	Nombre de volailles
France	64 016
Espagne	98 332
Belgique	102 110
Allemagne	123 145
Danemark	125 833
Pays-Bas	127 626
Italie	144 261
Pologne	149 878
Tchéquie	165 799
Slovaquie	210 071
Roumanie	397 699

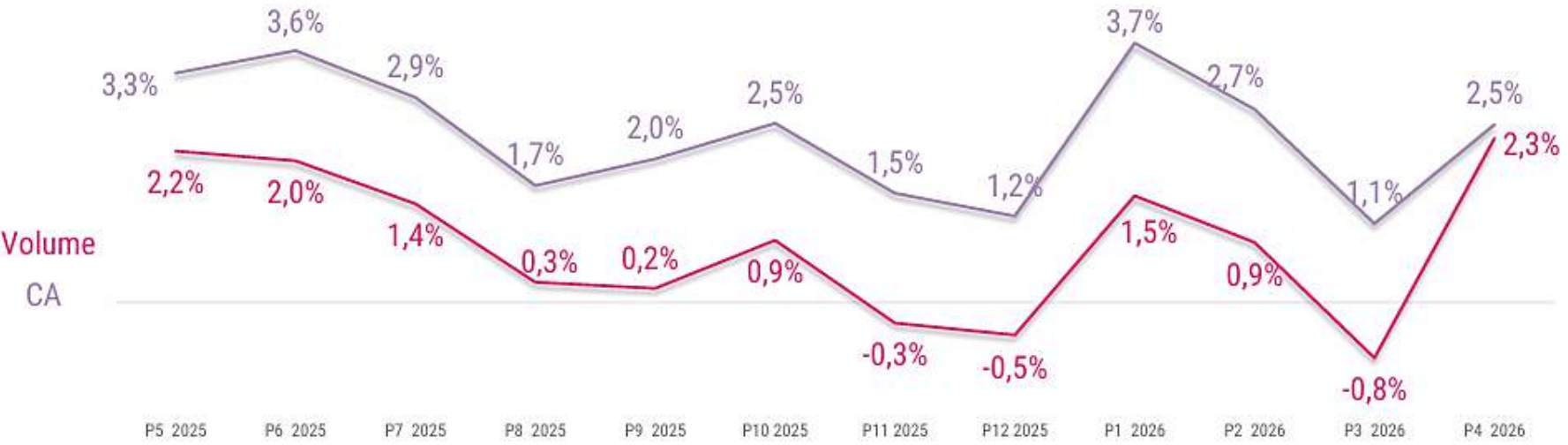


LA PÂLE CROISSANCE DU MARCHÉ INTÉRIEUR

Evolution PGC FLS tous circuits à la période

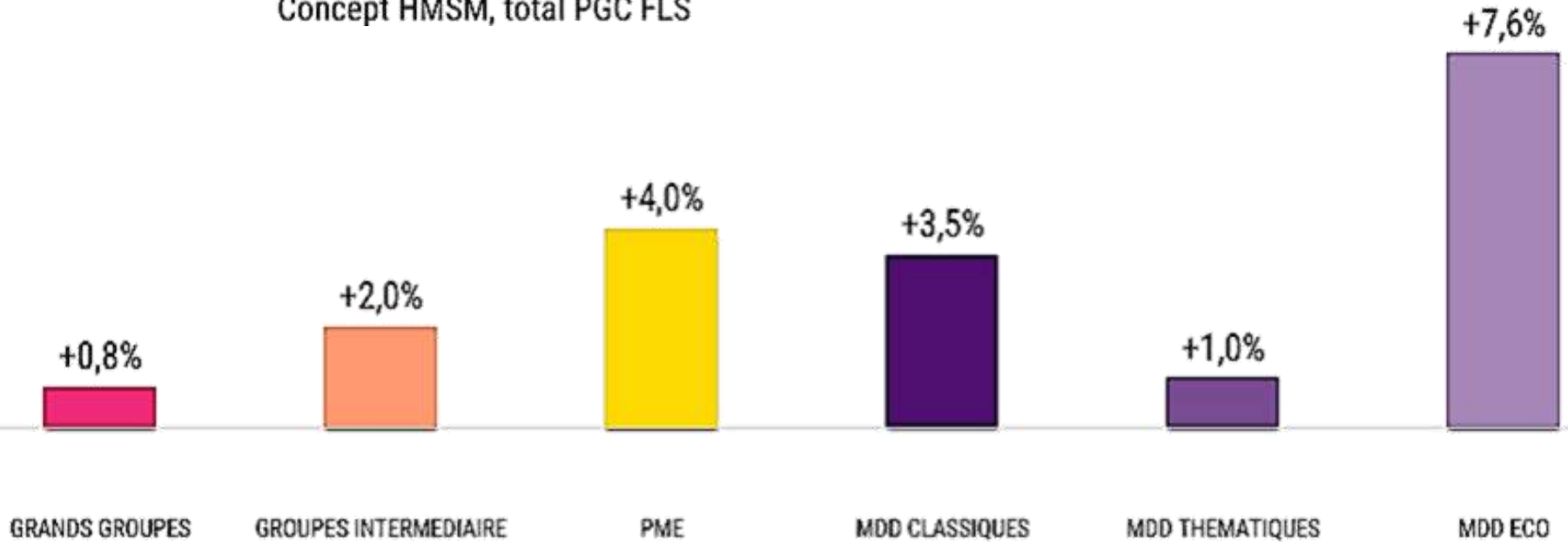
PGC FLS - Tous circuits GSA

CAM : +2,4% CAM : +0,8%
 CC : +2,4% CC : +0,9%

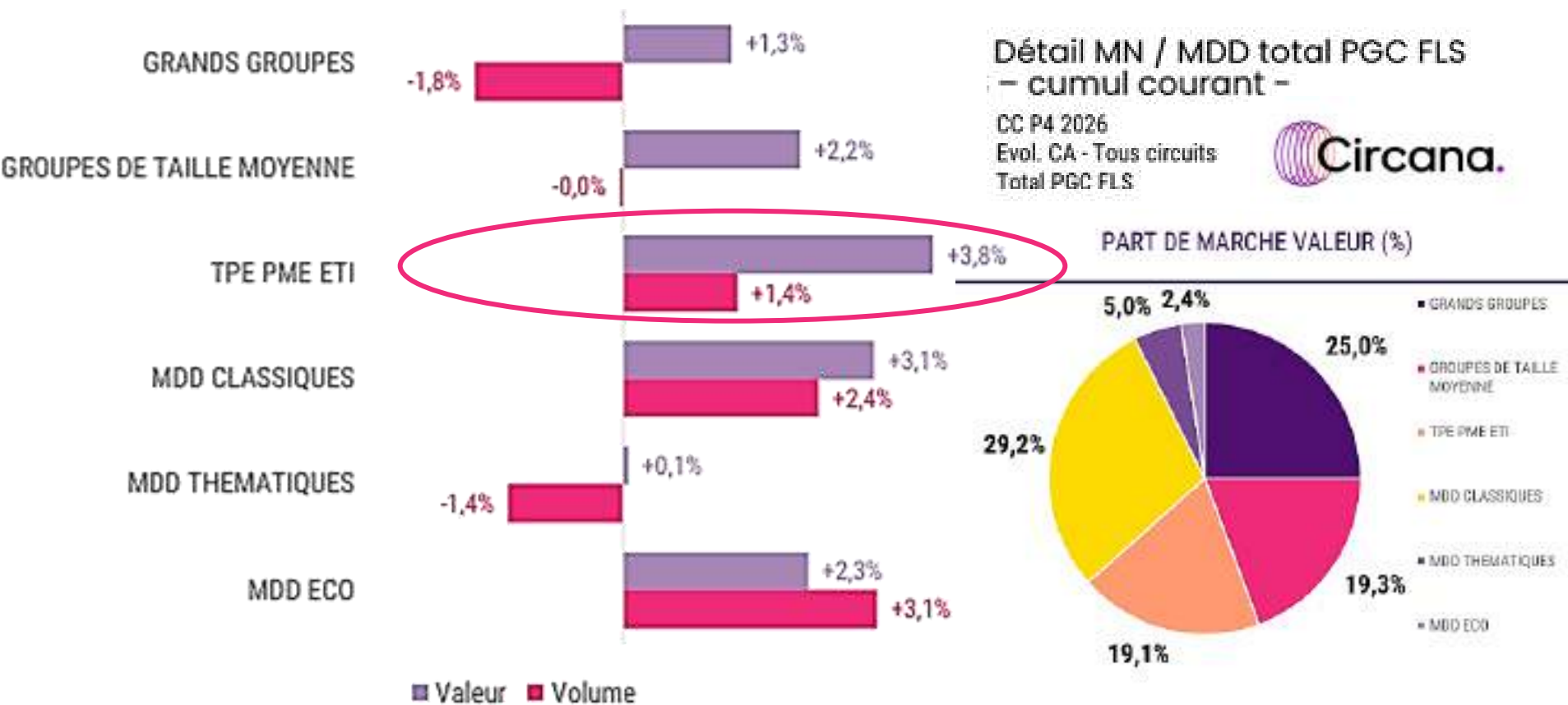


LA PLACE DES PRODUITS PME

CC P4 2026
Evol. nombre de référence hebdo par magasin
Concept HMSM, total PGC FLS



DES PRODUITS GAGNANTS

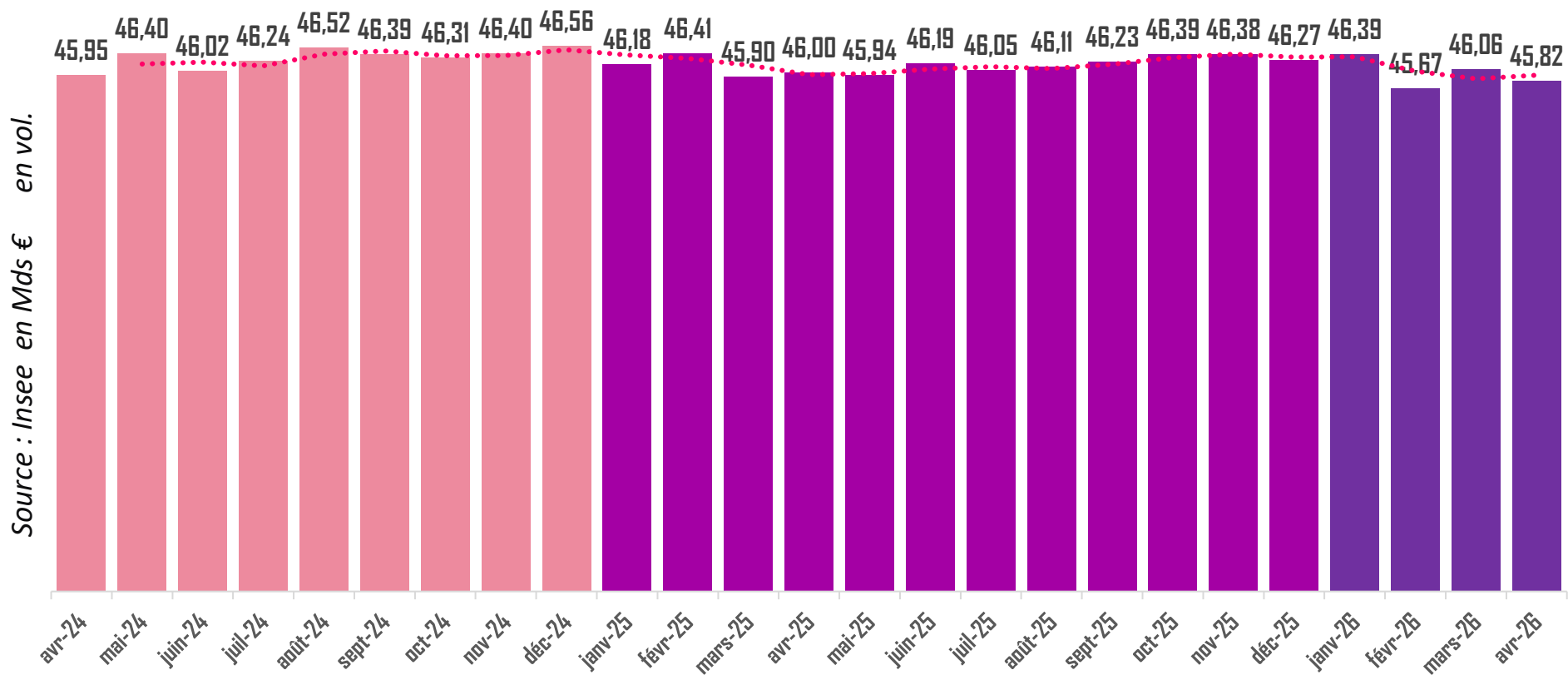


Si l'on découpe le marché entre marques nationales et MDD, les secondes ressortent de nouveau grandes gagnantes. Mais il est intéressant de scinder les marques nationales par taille d'intervenant. Ainsi, il apparaît que 100% du recul volume de ces dernières est porté par les grands groupes et groupes de taille moyenne. **Les TPE/PME/ETI développent quant à elles leurs ventes de façon significative grâce, notamment, à une offre dynamique.**

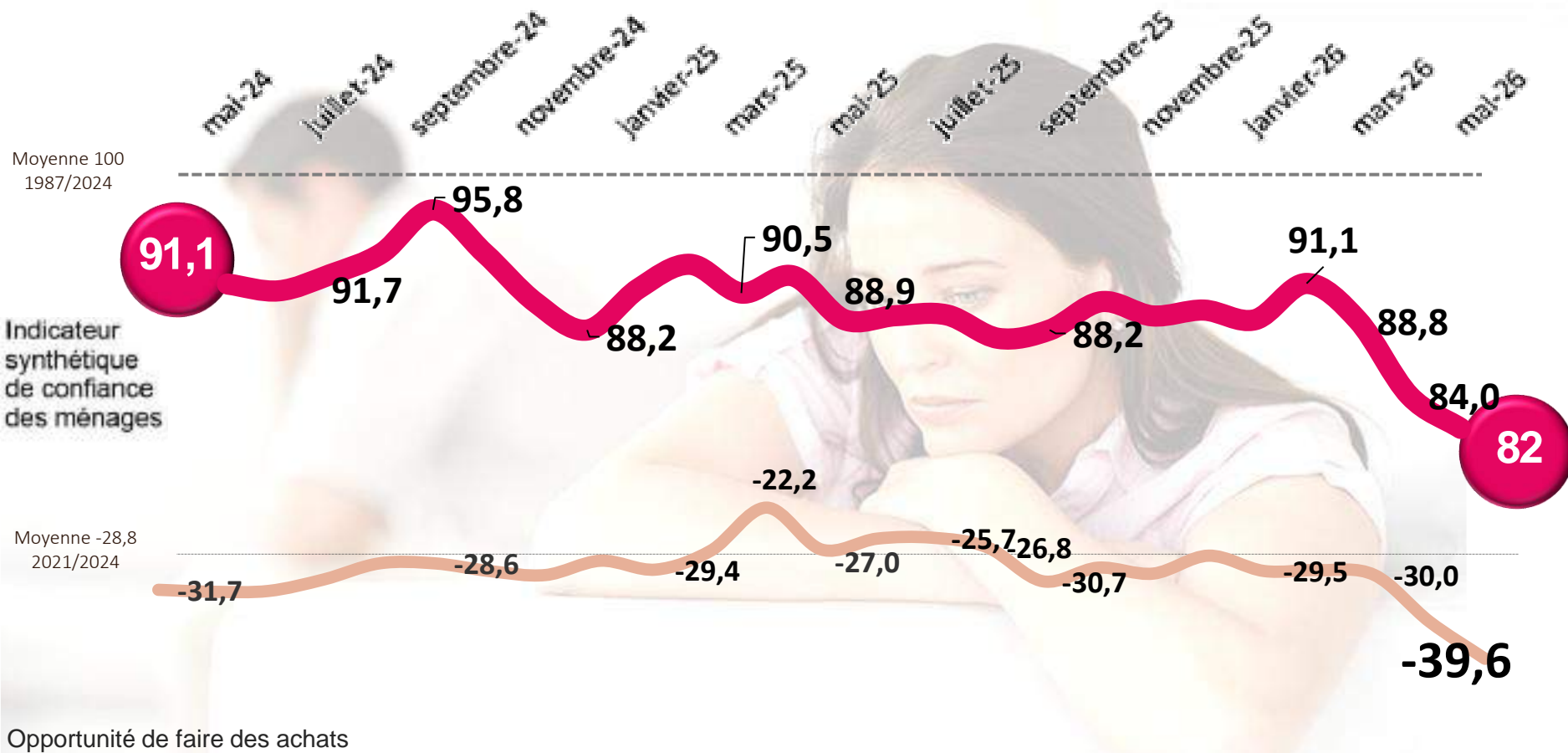
UNE CONSOMMATION EN BERNE



**Consommation en biens des ménages en France en avril 2026:
- 0,5% sur un mois et - 0,4% sur un an**



LA CONFIANCE DES MENAGES



COMMERCE DISTRIBUTION



- Le modèle du commerce en magasin s'est déconstruit; l'activité est imprévisible et erratique, dans beaucoup de secteurs, les charges sont trop élevées...
- Situation compliquée pour tous les formats et tous les segments - *excepté l'alimentaire* - les difficultés sont plus sévères encore dans les commerces de proximité ruraux.
- Regain des ventes PGC de +2,3% en vol et +2,5% en val, le *non alimentaire* est à - 2,9% en val. et l'auto à -1,6%.
- Bon nombre de ventes sont réalisées sous promotion.
- La *logistique* a fortement investi sur le territoire.



LES BOUTIQUES A LA PEINE

En avril, les ventes en magasin ont de nouveau reculé, confirmant une consommation toujours sous tension. Malgré quelques secteurs mieux orientés, l'activité reste fragile, dans un contexte marqué par un pouvoir d'achat contraint, un moral des ménages dégradé et une hausse des prix du carburant qui restreint les déplacements.

Ventes magasins

Avril 2026 vs 2025



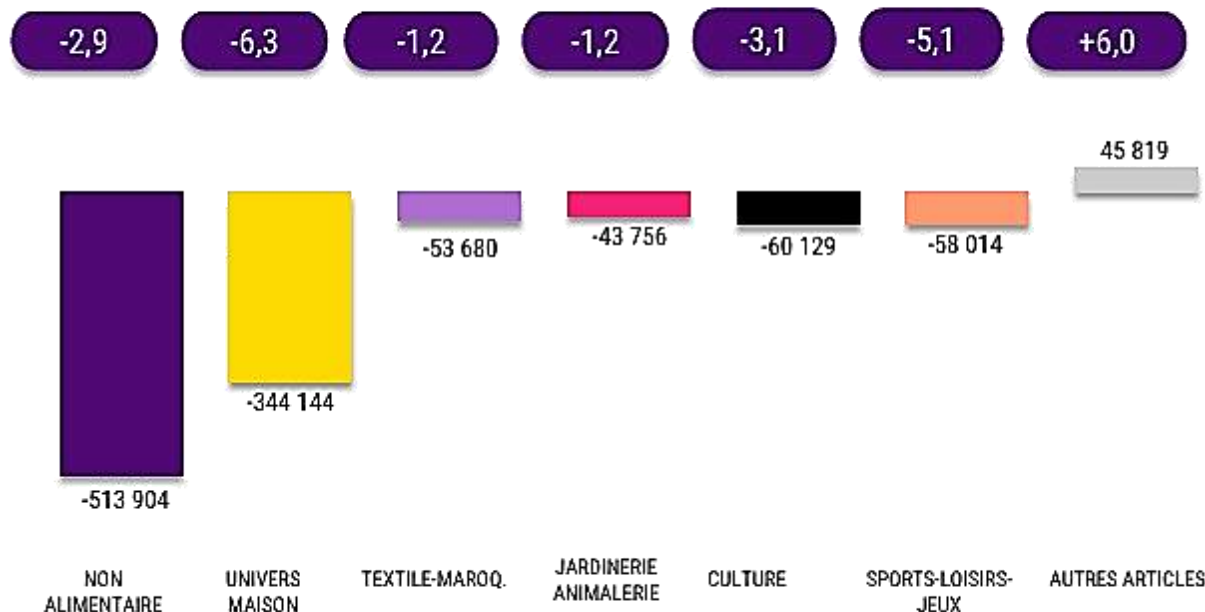
Janvier-avril 2026 vs 2025*



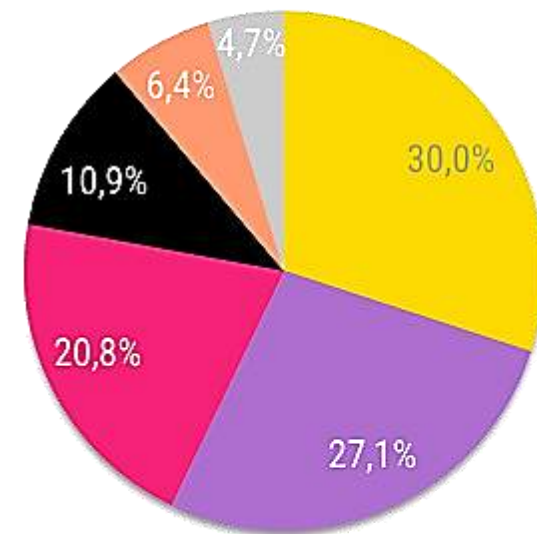
LE NON ALIMENTAIRE EN BERNE

Décomposition évolution non alimentaire – cumul annuel mobile –

GAINS CA (K€) ET EVOL(%) – CAM P4 2026



POIDS CA – CAM P4 2026



DE L'ÉPICERIE FINE AU SPORT, LES PROCÉDURES JUDICIAIRES TOUCHENT DE NOMBREUX SECTEURS

Liste des enseignes ayant fait l'objet de procédures de sauvegarde, de redressement ou de liquidation en 2025

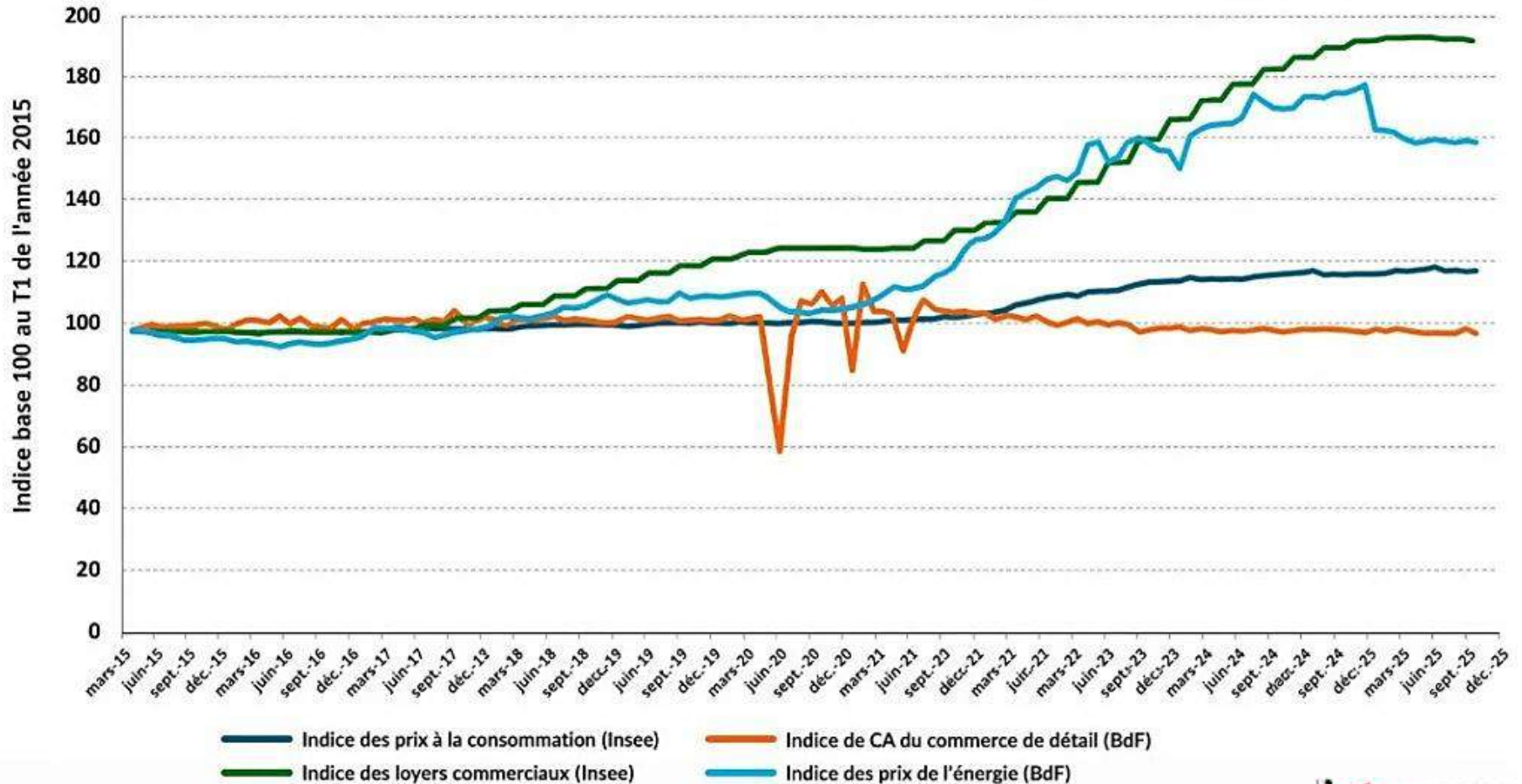
Enseigne / Groupe	Secteur	Nbre d'enseignes	Type de procédure
Adveo (Plein Ciel, Top Office, Calipage, Buro+)	Papeterie	4	Redressement
Alinea	Équip. maison	1	Redressement
André	Chaussures	1	Redressement
Arthur Bonnet	Équip. maison	1	Redressement
Ba&sh	Habillement	1	Sauvegarde
Café Coton	Habillement	1	Liquidation
Casa	Équip. maison	1	Liquidation
CD'Or (ex-Corbeille d'Or)	Bijouterie	1	Redressement
Centre Est Peintures (CEP)	Bricolage	1	Liquidation
Claire's	Bijouterie	1	Liquidation
Comera Cuisines	Équip. maison	1	Redressement
Comptoir des Cotonniers	Habillement	1	Redressement
Delipop	Drive piéton	1	Liquidation
Doc'Biker	Réparation/entretien motos et scooters	1	Liquidation
Elite Pare-Brise	Réparation/entretien pare-brise	1	Liquidation
En Selle Marcel	Sport	1	Redressement
Formul	Habillement	1	Liquidation
Gifi	Équip. maison	1	Redressement
Groupe Literie Aura (Maliterie)	Équip. maison	1	Redressement
Groupe Tomorrow Travel (Univairmer, Tomorrow Travel)	Services	2	Liquidation
IKKS (IKKS, I.Code, X and O, One Step)	Habillement	4	Liquidation
Jennyfer	Habillement	1	Liquidation

Enseigne / Groupe	Secteur	Nbre d'enseignes	Type de procédure
Jott	Habillement	1	Redressement
Kaki Crazy	Habillement	1	Redressement
Kaporal	Habillement	1	Liquidation
Keria (Keria, Laurie Lumière et Monteleone)	Équip. maison	3	Liquidation
Kitchen Academy (Alice Délice)	Équip. maison	1	Redressement
La Barbe de Papa	Barber Shop	1	Liquidation
La Cure gourmande	Épicerie fine	1	Liquidation
La Trinitaine	Pâtisserie industrielle	1	Sauvegarde
Les Fous de Terroirs (Clair de Lorraine)	Épicerie fine	1	Redressement
Literie Valentin	Équip. maison	1	Liquidation
Maison Bouillet	Pâtisserie chocolaterie	1	Sauvegarde
Minelli	Chaussures	1	Sauvegarde
Naf Naf	Habillement	1	Redressement
Nodus	Habillement	1	Liquidation
Princesse Tam Tam	Habillement	1	Redressement
Royer (Kickers)	Chaussures	1	Redressement
Self Tissus	Textile, déco	1	Liquidation
Spartoo (Toostores R1)	Chaussures	1	Liquidation
Tennispro Distribution (Tennispro, Lardesports)	Sport	2	Sauvegarde
Toto	Textile, déco	1	Liquidation
Zapa	Habillement	1	Redressement

Source : Newmark

UN MODÈLE DIFFICILEMENT TENABLE

Évolution des indices de CA du commerce de détail, des prix à la consommation, des loyers commerciaux et des prix de l'énergie - base 100 au T1 2015 -



Source : compilation à partir des données de l'Insee et de la Banque de France. Base 100 au premier trimestre 2015

UN ATTACHEMENT DE PLUS EN PLUS FORT AU FIL DES ANS



DES FRANÇAIS SONT ATTACHÉS À LEUR CENTRE-VILLE

+6 pts vs 2025

79% DES MOINS DE 35 ANS

71% DES HABITANTS DES VILLES DU PROGRAMME ACTION COEUR DE VILLE



DES FRANÇAIS SE RENDENT EN CENTRE-VILLE AU MOINS 1 FOIS PAR SEMAINE

+2 pts vs 2025

85% DES MOINS DE 35 ANS

+8 pts vs 2025



74% DES HABITANTS DES VILLES DU PROGRAMME ACTION COEUR DE VILLE

PRIORITÉ N°1 DES FRANÇAIS :



LA DYNAMISATION DES COMMERCE DE PROXIMITÉ EN CENTRE-VILLE

61% CONSIDÈRENT QUE LEUR CENTRE-VILLE PERD EN DIVERSITÉ COMMERCIALE

LES SOUHAITS ET PRÉOCCUPATIONS SOCIÉTALES



DES FRANÇAIS SE DISENT PRÉOCCUPÉS PAR LA VITALITÉ DE LEUR CENTRE-VILLE

72% DES MOINS DE 35 ANS

66% DES HABITANTS DES VILLES DU PROGRAMME ACTION COEUR DE VILLE



DES FRANÇAIS TOUJOURS ATTACHÉS À LEURS TERRASSES DE CAFÉ POUR LEUR CONTRIBUTION À

84% L'ANIMATION DES CENTRES-VILLES

DES FRANÇAIS QUI DEMANDENT TOUJOURS PLUS D'ANIMATIONS EN CENTRE-VILLE (TOP 3)

1



60%

PLUS DE MARCHÉS

2



49%

PLUS DE FESTIVALS CULTURELS

3



49%

PLUS DE VIDE GRIECHIERS/BRO-CANTES

11 BAROMETRE DU CENTRE-VILLE ET DES COMMERCES

centre-ville en mouvement www.centre-ville.org

Les 100 enseignes où les Français ont le plus dépensé en 2025

Évolution des rangs par rapport au classement 2024

#1		=
#2		=
#3		=
#4		=
#5		+2
#6		-1
#7		-1

#8		=
#9		+2
#10		=
#11		-2
#12		+1
#13		+7
#14		-2
#15		=

SANTÉ THERMALISME

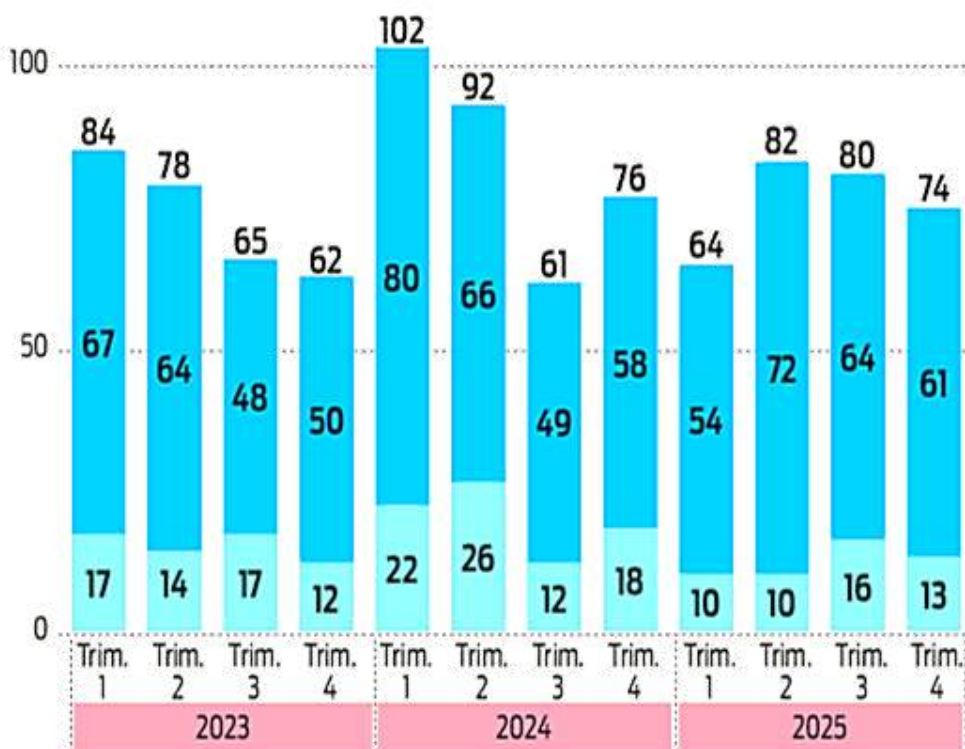


- Saison thermale hétérogène selon les stations et les établissements. En moyenne, très inférieure à la précédente avec une fréquentation *si les réservations se confirment* qui devrait avoisiner 80% de ce qu'elle était en 2019.
- L'équilibre des activités de santé et du paramédical (*cliniques, optique, pharmacies,*) se dégrade: la consommation diminue, les charges augmentent, le personnel manque et les marges s'amenuisent dangereusement.

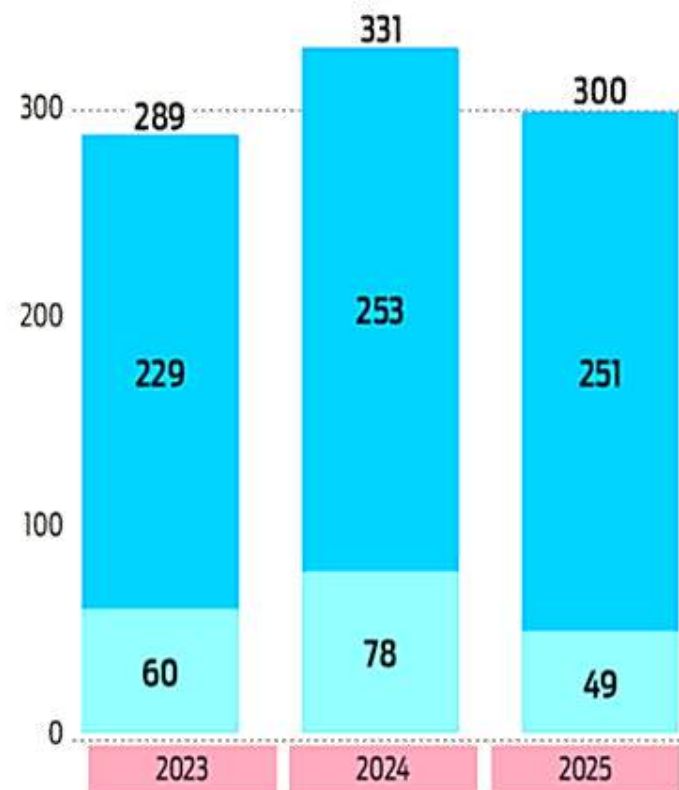


FERMETURES D'OFFICINES DE 2023 A 2025

Fermetures par trimestre



Total annuel



Fusion

Pas de repreneur

HÔTELLERIE CAMPINGS RESTAURATION



- La fréquentation à Pâques et pour les vacances de printemps a été moins dynamique qu'en 2025 pour beaucoup de professionnels surtout dans *les restaurants et les chambres d'hôtes*; ce fût mieux à Pentecôte avec une excellente météo.
- La difficulté à recruter pour assurer une bonne qualité de prestations semble persister.
- Perspectives pour la haute saison à ce jour, inférieures à 2025;
- le contexte budgétaire des ménages affectera la durée des séjours et la nature des dépenses durant la saison.



Les contraintes financières sont fortes, mais les projets de vacances restent une priorité

Pour **73%** des Français, partir en vacances demande **un effort financier**

64%

des Français ont l'intention de partir cet été
(+9 pts vs 2025)



62%

60%

58%

55%

64%

2022

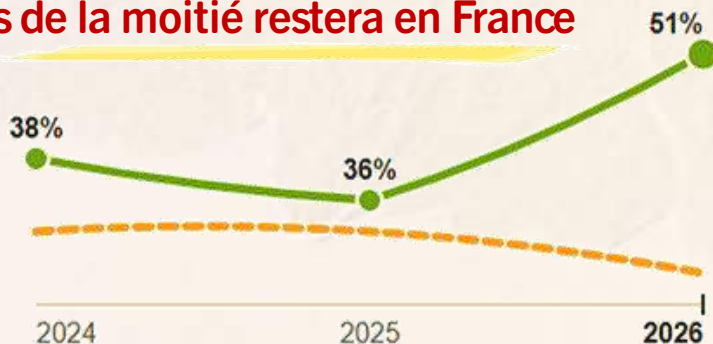
2023

2024

2025

2026

Plus de la moitié restera en France



Vacances 100 % en France
+15 points entre 2025 et 2026

Une partie à l'étranger
en recul depuis février 2026

Les contraintes financières sont fortes, et les Français ajustent leurs dépenses

Les **contraintes financières** pèsent toujours sur les projets de vacances d'été :

de ceux qui partiront

Le budget vacances d'été **progresses**

1686€ ▲ +88€

Le **budget** moyen
des **vacances**
d'été de son foyer

- ▶ Les Français dont les revenus mensuels du foyer sont supérieurs ou égaux à 3500€ : **2411€**
- ▶ Les Français en couple : **2002€**
- ▶ Les Français âgés de 35 ans et plus : **1891€**
- ▶ Les Français âgés de moins de 35 ans : **1184€**
- ▶ Les Français vivant seuls : **1177€**
- ▶ Les Français dont les revenus mensuels du foyer sont inférieurs à 2000€ : **1041€**

Les estivants privilégient **les courts séjours**

43%

partiront **une semaine**
contre **22%** qui partiront au moins 3 semaines

4,5 sur 10
prévoient toujours
un budget pour les
dépenses sur place

Les contraintes extérieures incitent au calme et à la nature



58 %

*Privilégier
des vacances
au vert, dans
une zone rurale*

► Une forte envie de voyager en France...

1 Français sur 2

n'est pas prêt à partir en vacances
coûte que coûte, sans se soucier
de l'environnement



Pour cela, **3 Français sur 10**
pourraient augmenter leur budget
vacances pour voyager de manière
plus écologique



LES ADN d'ici sont en parfaite adéquation avec ces attentes et ces tendances



ADN N°2

Avoir la côte



LES ADN

ADN N°1

Avoir la beauté intérieure



LES ADN

ADN N°3

Camper sur ses positions



LES ADN

ADN N°15

Préférer la houle à la foule



LES ADN

ADN N°14

Pratiquer le green quand tout le monde en parle

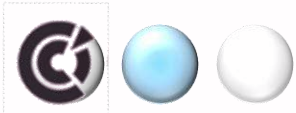


LES ADN

4

L'ENQUÊTE

Synthèse



Synthèse

➤ **Incertitude et complexité s'intensifient encore avec la situation dans le golfe persique. Elles renforcent l'anxiété et l'attentisme.**

➤ **Situation contrastée au sein des branches d'activité selon les marchés sur lequel on évolue, selon le lieu d'implantation et la taille; au détriment de l'intérieur des terres, des plus petites entreprises et de celles qui évoluent sur des marchés qui ne sont ni de niche ni à haute valeur ajoutée.**

➤ **Nous sommes à un point bas. Les carnets de commandes ne parviennent pas à se reconstituer; dans l'ensemble, la demande, tant sur le marché domestique qu'à l'export, recule.**

➤ **Les perspectives limitent la capacité à investir.
Pas de stabilité, pas de visibilité !
Pas de confiance, pas de croissance !**

Enquête 1^{er} semestre 2026

5

TÉMOIGNAGE



Enquête 1^{er} semestre 2026



Christian RIBEYROLLE

Vice-Président Biomaterials et Président de RYAM France

RYAM  TM

Prochain p'tit dej' de conjoncture



Entrée libre
sur inscription

Vendredi 4 décembre

Mont de Marsan

8h30 – 10h30

