

Baromètre de la crise

Chambre de Commerce et d'Industrie du Var
N°2 - Septembre 2009



Ce second numéro du «Baromètre de crise», toujours centré sur les impacts de la conjoncture économique mondiale dans notre département, vous apporte des informations sur 2 secteurs économiques (le commerce et le tourisme), mais aussi sur le marché immobilier local et l'apport de la médiation du crédit dans cette conjoncture délicate.

**Chef d'entreprise, vous rencontrez des difficultés ?
N'en faites pas une crise...**



**Ensemble,
nous trouverons
des solutions.**

Accueil personnalisé, information, diagnostic, expertise...

04 94 22 81 38

www.var.cci.fr



Commerce



La CCIV édite chaque trimestre l'Observatoire de conjoncture. Les derniers chiffres disponibles sont ceux du second trimestre 2009.

Ces indices traduisent l'évolution des CA TTC des adhérents à notre Observatoire de conjoncture.

	04/2009	05/2009	06/2009	T2 2009	12 mois écoulés
Ensemble des activités	- 0,7 %	- 4,7 %	0,5 %	- 1,6 %	- 1 %

Mauvais trimestre avec - 1,6 % en valeur, soit une baisse de - 1,1 % en volume (avec un mois de mai très mauvais, en partie en raison de la Fête des Mères au mois de juin cette année).

- 47 % des entreprises progressent en valeur
- 3 % des entreprises progressent en volume mais baissent en valeur
- 50 % des entreprises baissent en volume

Pour les 12 derniers mois : régression de - 1 % en valeur, soit une baisse de - 0,5 % en volume.

■ Découpage géographique

	04/2009	05/2009	06/2009	T2 2009	12 mois écoulés
Agglo. toulonnaise	- 0,1 %	- 4,3 %	0,9 %	- 1,2 %	- 0,6 %
Moyen et Haut pays varois	1 %	- 3,4 %	2,7 %	0,1 %	0,2 %
Secteur Est varois	- 5,2 %	- 7,8 %	- 3,9 %	- 5,6 %	- 4,3 %

Le secteur Est varois a été le plus touché par la baisse de CA. Ces chiffres s'expliquent par la faible augmentation de la population sur l'Est var (peu de disponibilités foncières) alors que l'offre commerciale continue à se renforcer.

Immobilier



2008 a été une année de diminution des transactions immobilières, qui s'est accentuée de façon spectaculaire dans son dernier trimestre.

■ Les appartements anciens

	Prix (€ au m ²)	Évolution sur 1 an
France (Hors IDF)	2 396	+ 0,2 %
Var	3 350	+ 0,2 %

Les appartements anciens correspondent au type de bien le plus vendu au sein du département. Ils représentent près de 45 % des ventes. Il s'agit d'un marché très dynamique qui a peu évolué cette année. Néanmoins, il apparaît de fortes disparités entre les secteurs : le Golfe de St-Tropez enregistre une hausse annuelle de l'ordre de 7 %, alors que dans le secteur du Centre Var, les prix ont chuté de 9 %.

En ce qui concerne les caractéristiques des biens vendus, la surface moyenne se situe autour de 53 m² et sont principalement des 2 pièces (32 % des ventes).

Dans notre département, le volume des transactions accuse une baisse de 30 % au premier trimestre 2009 par rapport à la même période de l'année précédente, avec une baisse constatée sur le mois de mars de 45 %.

■ Les appartements neufs

	Prix (€ au m ²)	Évolution sur 1 an
France (Hors IDF)	3 236	+ 3,1 %
Var	4 010	- 7,2 %

La part des logements neufs dans le marché du collectif est passée de 20 à plus de 25 % cette année. Cette dynamique s'accompagne

d'une baisse quasi générale du prix des appartements neufs au sein du département.

Les plus vendus sont des 3 pièces, la surface moyenne est de 63 m².

■ Les maisons anciennes

	Prix de vente moyen (€)	Évolution sur 1 an
France (Hors IDF)	192 700	- 1,5 %
Var	464 000	+ 5 %

Comparé à ses départements limitrophes, le Var est le deuxième département le plus cher après les Alpes-Maritimes, mais c'est lui qui a connu la plus forte évolution des prix cette année.

Les secteurs du Haut Var et de Fréjus/St-Raphaël se distinguent par une hausse du prix de vente respectivement de 13,5 % et 20,7 % sur 1 an.

À l'instar des appartements, les prix de vente les plus élevés sont localisés sur le littoral varois. Les prix sont compris entre 270 100 (Centre Var) à plus de 1 224 600 (Golfe de Saint-Tropez).

La surface moyenne des terrains est estimée à 2 141 m².

■ Les terrains à bâtir

	Surface moyenne (m ²)	Prix de vente moyen (€)	Évolution sur 1 an
France (Hors IDF)	1 139	71 300	+ 4,4 %
Var	1 447	183 900	+ 0,8 %

Contrairement aux autres départements de la région PACA, le prix des terrains à bâtir n'a que très peu évolué cette année. 70 % des terrains sont vendus hors lotissement.

Plus de 27 % des terrains se situent dans la tranche 900 m² - 1 500 m².

(Source : Chambre des Notaires du Var)



Point sur le dispositif de médiation du crédit dans le Var

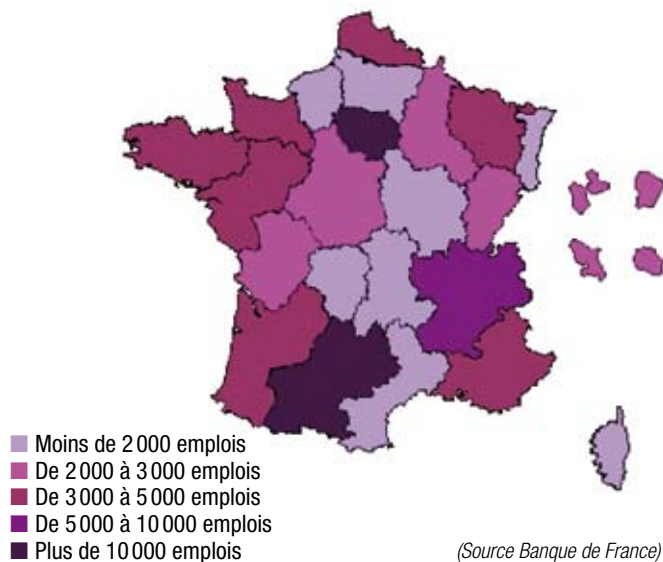
(Chiffres au 30/06/2009, source Banque de France - Médiateur : M. Jacques CUNIN)

- 223 dossiers reçus
 - 177 instruits
 - 103 clôturés avec issue favorable
 - 57 instruits sans issue favorable
 - Principaux secteurs concernés : commerce, BTP, hébergement et restauration
 - Profil des entreprises : 90 % ont moins de 10 salariés
- Le rythme des dépôts de dossiers semble se stabiliser depuis deux mois.

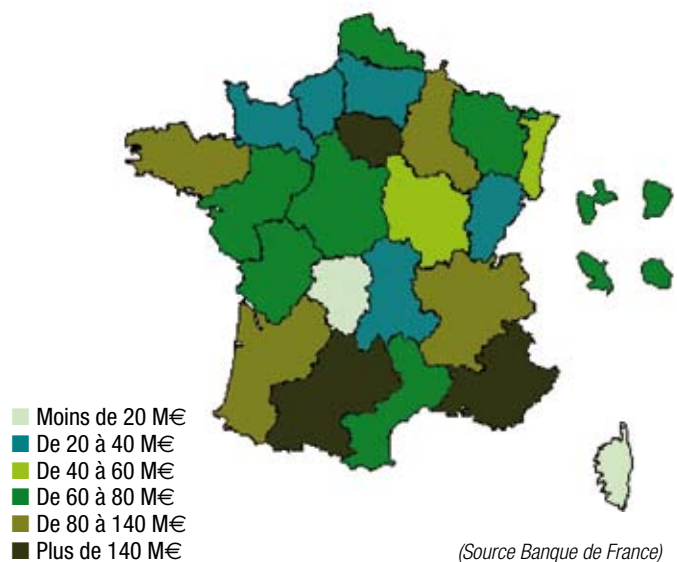
CCI du Var - Espace Entreprendre (EE - Chiffres clés de janvier à juin 2009)

174 entreprises s'estimant en difficultés ont fait appel à l'EE et ont bénéficié d'un Pré Diagnostic. 114 d'entre elles ont été reçues par la suite en Diagnostics Spécialisés. 50 % des entreprises se sont révélées être en difficultés structurelles, dont 30 % en situation aggravée par la conjoncture. 50 % des entreprises se sont révélées être en difficultés conjoncturelles dont 20 % relevant de la médiation du crédit (refus de financement banque ou factor ou assureur crédit) et 30 % pour cause conjoncturelle hors refus de financement.

Ventilation régionale des emplois préservés en médiation



Ventilation régionale des encours traités en médiation



La médiation du crédit est une action importante, particulièrement en région PACA. Plus de 3000 emplois ont été préservés et plus de 140 M€ d'encours ont été traités.

Tourisme



Baromètre mensuel de l'hôtellerie classée varoise (CDT du Var et INSEE)

Évolution du taux d'occupation	Var En nombre de points	Région PACA En nombre de points	France En nombre de points
Octobre 2008	- 1,8	- 2,9	- 0,9
Novembre 2008	- 4,0	- 3,7	- 4,6
Décembre 2008	- 3,8	- 2,7	- 1,6
Janvier 2009	- 3,8	- 2,7	- 3,3
Février 2009	- 5,6	- 4,3	- 2,8
Mars 2009	- 5,5	- 6,2	- 4,7

Depuis le mois de juin 2008, la fréquentation des hôtels classés du Var est en baisse.

Évolution des CA TTC	1 ^{er} trimestre 2009		12 derniers mois	
	Var	France	Var	France
Cafés - Hôtels-restaurants	- 8,2 %	- 4,9 %	- 2,7 %	- 2,8 %
Restaurants	- 11,1 %	- 5,8 %	- 5,5 %	- 2,8 %

(Source Centre de Gestion Agréé 83)

Clientèle d'affaires

Diminution du nombre de déplacements professionnels

- Baisse de la durée du séjour : 1,9 nuit en 2007 – 1,5 nuit en 2008
- Réduction des dépenses également par une renégociation des contrats avec les hôteliers, les compagnies aériennes, les loueurs de voitures
- Choix d'hôtels et de classes aériennes plus économiques

Dans l'événementiel, la crise se ressent également : les principaux clients se situant dans les domaines de la banque, finance, assurance et automobile

- Annulation ou report d'événements
- Recherche de solutions de proximité, choix de manifestations à taille plus humaine.

Clientèle touristique

- Baisse du taux de départ en vacances
- Réduction du budget vacances
- Réservation plus tôt pour profiter de réductions ou très tard (pour profiter des offres promotionnelles)
- Vacances en France plutôt qu'à l'étranger
- Descente en gamme pour l'hébergement
- Vacances en hébergement non marchand

Sur le lieu de vacances

- Économies sur les achats en boutiques, sur la consommation dans les bars et les restaurants
- Attentes montantes des vacanciers : vacances familiales, formule d'hébergement collectif (village de vacances, camping, hôtel) avec centre de vie autour d'une piscine, choix d'autres prestations - dont la restauration - payable à la carte, plus de sensibilité environnementale... mais pas moins de confort.

L'e-tourisme plébiscité

9,2 millions de Français ont entièrement réservé leurs voyages en ligne, soit 31 % de ceux partis en 2008.

Internet est utilisé en priorité pour :

- visualiser le lieu de vacances,
- comparer les prix
- consulter les disponibilités

Le critère de choix « produit » devient aussi important que le critère « destination »

La marque, le label de qualité sont des critères de sécurisation et de choix mais aussi, de + en +, l'avis d'autres internautes.

(Source Service Tourisme CCI du Var)