Les Echos

VENDREDI 18 ET SAMEDI 19 AOÛT 2023

« L'IA et la création artistique »
Une baguette magique entre les mains des musiciens // P. 9

« Ces nouveaux sports plébiscités par les Français »
L'escalade // P. 14

séries d'été

Ces hausses d'impôts que prépare le gouvernement

- L'exécutif envisage plusieurs hausses de taxes pour le budget 2024.
- Objectif : verdir la fiscalité et rétablir les comptes publics.
- Les automobilistes seront mis à contribution, via le malus auto.
- La taxe sur les autoroutes pourrait rapporter 500 millions par an.
- « L'éco-contribution » sur les billets d'avion va être augmentée.

// PAGE 2 ET L'ÉDITORIAL DE LUCIE ROBEQUAIN PAGE 10

Alexandra Breznay/REA et iStock

L'US Air Force ouvre l'ère des ailes volantes

Un prototype en taille réelle devrait débuter ses essais en vol dès 2027. *Photo US Air Force*

AÉRONAUTIQUE Un nouveau chapitre de l'histoire de l'aéronautique vient peut-être de s'ouvrir aux Etats-Unis avec le lancement, par l'armée américaine, d'un projet d'aile volante d'envergure. L'US Air Force a en effet choisi le projet développé par la start-up californienne Jet-Zero, avec le soutien de Northrop Grumman, pour servir de base à un avion multirôle de transport et de ravitaillement. Le prototype en taille réelle devrait débuter ses essais en vol dès 2027. De quoi ouvrir la voie à une nouvelle génération d'avions gros-porteurs long-courriers, qui pourrait constituer l'avenir du transport aérien international. // PAGE 13

analyses

IA : pour une législation au rythme du progrès

Par **Jérôme Martin**

L'accumulation de réglementations européennes est désormais déconnectée du progrès technique. Elle crée des désavantages compétitifs pour les entreprises du Vieux Continent par rapport aux acteurs américains et chinois. Pour favoriser l'innovation et la compétitivité, une profonde réflexion doit être menée sur le droit et les dérives du mille-feuille législatif. // PAGE 7

Lier profit et écologie
par **Luc Speisser**

Réindustrialiser avec les Français
par **Michaël Valentin**

L'Inde, au cœur de l'échiquier mondial
par **Sébastien Boussois**
// PAGE 8

Les Echos
Cet été, anticipez les tendances de la rentrée. Abonnez vos équipes.
Découvrez nos offres entreprises :
abo-entreprises.lesechos.fr

M 00240 - 818 - F: 3,40 €

ISSN0153.4831 116e ANNÉE
NUMÉRO 24024 24 PAGES

Antilles-Réunion 4,50 €. Belgique 4,00 €.
Espagne 4,90 €. Luxembourg 4,20 €.
Maroc 42 DH. Suisse 6,40 FS. Tunisie 9 TND.

Le marché mondial des smartphones vers une baisse historique

TÉLÉCOMMUNICATIONS Le marché des smartphones reste fragile. Après une année 2022 marquée par une perte de vitesse, les livraisons devraient baisser de 6 % en 2023, selon les chiffres préliminaires de Counterpoint Research. Le nombre total de téléphones livrés aux distributeurs serait ainsi de 1,15 milliard d'unités, un plus bas depuis dix ans. Counterpoint reste, en outre, très prudent pour le premier trimestre de l'année prochaine en soulignant que le rebond du marché en 2024 risquait de prendre du retard. Porté par le lancement de l'iPhone 15, Apple pourrait se retrouver cependant leader pour la première fois. // PAGE 17

Les taux américains atteignent leur plus haut niveau en seize ans

MARCHÉS Les taux américains poursuivent leur ascension vers les sommets. La publication, mercredi, du compte rendu de la dernière réunion de politique monétaire de la Fed a ravivé les tensions sur le marché obligataire. Le rendement du T Note à 10 ans a dépassé 4,31 % en séance, renouant avec des niveaux qui n'avaient plus été atteints depuis 2007. L'inflation reste sous surveillance. Et plusieurs indicateurs récents témoignent de la vigueur de la demande intérieure. L'horizon d'une baisse des taux s'éloigne et les investisseurs n'attendent aucun assouplissement de la politique monétaire avant mars 2024. // PAGE 19

Les fonds activistes se tournent de plus en plus vers l'Europe et l'Asie

INVESTISSEMENT Les activistes se sont encore montrés extrêmement combatifs au premier semestre. Sur six mois, 133 nouvelles entreprises ont été ciblées par ces fonds, qui préconisent des changements, afin de créer de la valeur pour les actionnaires. Elles étaient 128 l'an dernier. Les fonds activistes délaissent peu à peu les Etats-Unis pour se tourner vers l'Europe (31 % des campagnes contre 21 % il y a un an) et l'Asie (19 % contre 17 %). En France, TCI a contesté, en début d'année, le projet d'Airbus de venir à la rescousse d'Atos en investissant dans sa filiale Evidian. Bluebell Capital a aussi mis Kering sous pression. // PAGE 19

La pénurie de nickel guette les Etats-Unis

MATIÈRES PREMIÈRES Aux Etats-Unis, la loi pour la réduction de l'inflation (IRA) stimule la demande en métaux de la transition, comme le lithium, le cobalt ou le nickel. Si l'approvisionnement en lithium ne devrait pas poser de difficultés, celui en nickel sera le plus complexe. Pour obtenir les ristournes accordées dans le cadre de l'IRA, il faut qu'il provienne soit des Etats-Unis, soit d'alliés commerciaux. Or c'est l'Indonésie qui domine le marché du nickel. La Chine, grand rival de Washington, fait par ailleurs grimper les cours du gallium, utilisé dans les puces électroniques. Pékin, qui en raffine 94 %, a décidé d'en limiter les exportations. // PAGE 21

iStock

La crise s'aggrave dans le logement neuf

IMMOBILIER

La commercialisation de logements neufs a encore fléchi au deuxième trimestre, se situant désormais au niveau du creux de 2020.

Christophe Palierse

Jusqu'où la descente aux enfers ira pour la promotion immobilière ? Le marasme de la vente de logements neufs prend de l'ampleur, au vu des dernières statistiques publiées jeudi par le ministère de la Transition écologique.

Environ 18.000 logements neufs ont été réservés par des particuliers au deuxième trimestre 2023, soit un recul de 10,4 % par rapport au trimestre précédent (données corrigées des variations saisonnières et des jours ouvrables). C'est la cinquième baisse trimestrielle consécutive.

Ce nouveau repli généré par la flambée des taux immobiliers, qui affecte aussi bien les maisons individuelles (–16,3 %), secteur particulièrement sinistré, que les appartements (–10,1 %), ravive la période noire de la crise sanitaire – avec un niveau de réservation inférieur de 18 % par rapport à celui du deuxième trimestre 2020.

Plongeon du nombre de réservations

Le plongeon du nombre de réservations, qui concerne tout particulièrement les zones les plus denses – Paris, une grande partie de l'Ile-de-France, la Côte d'Azur, les grandes agglomérations de province –, est spectaculaire, en comparaison au deuxième trimestre 2022 : –39,5 % pour les appartements avec un total de 16.908 au total ; –44,9 % pour les maisons individuelles avec 964 unités réservées sur l'ensemble de la France…

Sans surprise, la dégringolade se poursuit également pour la commercialisation proprement dite avec un nombre de logements mis en vente dépassant légèrement les 21.000 (nouvelle construction et construction sur existant), soit une régression de 29,5 % par rapport à la période avril-juin 2022 et la quatrième baisse trimestrielle consécutive par ailleurs.

L'heure n'est pas encore à la chute des prix

S'agissant des appartements, on notera toutefois que l'heure n'est pas encore à la chute des prix, même si ceux-ci ne paraissent pas refléter l'inflation et la hausse des coûts de construction : à 4.827 euros le mètre carré, le prix moyen de vente au deuxième trimestre a crû de 4,1 % par rapport à son niveau à la même période de 2022, et de 0,5 % par rapport au premier trimestre 2023. En outre, la hausse des prix vaut pour toutes les surfaces.

Le recul de l'activité concerne particulièrement les zones denses.

A contrario, la situation paraît plus complexe dans la maison individuelle : le prix de vente moyen, qui avoisine 351.000 euros, s'est accru de 1,1 % au deuxième trimestre, comparé à la même période de 2022, mais recule de 2,1 % par rapport au premier trimestre, sachant qu'il avait progressé de 2,7 % au cours de cette période.

Enfin, l'accroissement de l'encours de logements neufs, c'est-à-dire le solde de logements proposés après actualisation – une fois prises en compte les ventes effectuées, les annulations de réservation et abandons de programme – illustre l'approfondissement de la crise. La dernière note du ministère de la Transition écologique indique que l'encours est à « *un niveau historiquement haut* » à la fin juin 2023 avec un cumul de 127.000 logements disponibles, en hausse de 3 % sur un trimestre et de 18,2 % sur un an. ■

L'escalade compte de plus en plus d'adeptes en France

CES NOUVEAUX SPORTS PLÉBISCITÉS PAR LES FRANÇAIS (3/5)

L'escalade s'est imposée dans l'Hexagone, où le nombre de salles a explosé depuis les années 2000.

Sarah Dumeau

Il y a aujourd'hui plus de 200 salles d'escalade en France. *Photo Anthony Behar/Sipa Usa/Sipa*

« *Mets ton pied droit sur la bleue !* » A la salle d'escalade de Nation, dans le 12e arrondissement parisien, ce pratiquant conseille une jeune fille accrochée à la paroi. Il ne la connaît pas, mais dans le milieu de « la grimpe indoor » (en intérieur, en opposition à la grimpe « outdoor », en falaise), donner des conseils à son prochain sur la meilleure manière de s'attaquer à un mur, c'est une pratique normale. Tout comme le tutoiement, de rigueur.

« *Ça permet aussi de ne pas s'ennuyer quand on attend son tour pour grimper* », glisse André, trente-deux ans, dix ans d'escalade à son actif. Il faut dire qu'il y a du monde sur les tapis en cet après-midi de juillet – pourtant « *la période creuse* » pour l'escalade en salle – et souvent un peu d'attente avant de se lancer sur une voie. « *Et encore, il n'est pas encore 19 heures, après, c'est l'heure de pointe* », s'amuse André.

Croissance champignon

L'escalade en salle connaît un véritable boom depuis une dizaine d'années, avec une croissance quasiment ininterrompue en dehors de la période Covid. Les nouvelles salles poussent comme des champignons, passant d'une quinzaine de lieux repartis dans la France entière au début des années 2000 à un peu plus de 200 aujourd'hui, selon les chiffres de l'Union Sport & Cycle.

En 2022, 4 % des Français ont pratiqué l'escalade, soit près de 1,5 million de personnes, dont 500.000 nouveaux pratiquants, surtout des jeunes urbains. Et le secteur continue de croître d'un peu plus de 2 % par an. Si la pandémie a fragilisé les salles, restées fermées pendant près d'un an, les pratiquants sont vite revenus après la levée des restrictions. A tel point qu'Arkose, le leader français du secteur, a ouvert 14 salles depuis 2019 – ce qui permet au groupe de viser 45 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2023, contre 21 millions en 2019.

Un « lieu de vie »

« *Ce qui a aussi poussé le développement de l'escalade, c'est sa capacité à créer du lien social* », remarque Damien Jacquart, de l'Union Sport & Cycle. Et les directeurs de salle l'ont bien compris, puisqu'ils proposent presque tous un service de snacking, voire de restauration, un bar et parfois un sauna. « *Les salles sont de vrais lieux de vie : les clients restent en moyenne deux heures et demie à trois heures, mais ils ne vont grimper que 25 % du temps* », observe François Petit, le président de la société Climb Up, qui gère des salles d'escalade.

Si cette activité complémentaire pèse dans le chiffre d'affaires des groupes – entre 30 et 35 % pour Arkose, qui propose de la restauration, et 15 % pour Climb Up, qui se contente d'encas – elle vient « *avec son lot d'ennuis* », admet franchement Grégoire de Belmont, cofondateur d'Arkose. Les deux groupes avouent que ce service n'est pas rentable. Mais l'objectif est ailleurs : donner envie aux clients de rester, créer « *une culture de la grimpe qui ne se limite pas à l'acte de grimper* ».

Et se duplique aussi en produits dérivés – l'associé d'Arkose porte d'ailleurs une casquette floquée « Snap », leur marque de vêtements.

Développement du « bloc »

L'escalade séduit aussi par son accessibilité, et notamment, le « bloc ». Cette discipline, à la différence de « la voie », ne nécessite pas d'être assuré par un autre grimpeur, puisque les parois atteignent une hauteur maximum de 4,5 mètres et de gros tapis déposés au sol sont prévus pour amortir les chutes. « *La prise en main est très rapide. L'exercice a été simplifié en l'organisant comme des pistes de ski, avec une couleur par niveau de difficulté. On peut le démarrer seul comme en groupe* », explique Grégoire de Belmont.

Le groupe Arkose, fondé il y a dix ans par quatre associés – Grégoire de Belmont, Steve Guillou, Samy Camarzana et Lyes Mekesser –, a d'ailleurs misé essentiellement sur cette discipline. « *La pratique du bloc nécessite moins de hauteur sous plafond, ce qui permet aux groupes de s'implanter en centre-ville, plutôt qu'en zone industrielle* », observe Guillaume Obert, de la start-up Made in FR, auteur d'une étude de marché sur l'escalade. « *Les barrières à l'entrée sont faibles : le loyer est une grosse dépense, puisqu'il faut un bon emplacement, mais c'est facilement amortissable* », analyse-t-il. Ces conditions avantageuses expliquent que de nouveaux venus continuent de se lancer sur le marché, qui paraît pourtant proche de la saturation en Ile-de-France.

4 %
DES FRANÇAIS
ont pratiqué l'escalade en 2022, selon Union Sport & Cycle.

Henri d'Anterroches et Antoine Paulhac sont de ceux-là. Ils ont fondé la start-up Climbing District en 2020, en pleine pandémie. Les derniers arrivés sur le marché ont misé sur une « *expérience* » dans « *un lieu atypique* » – l'une de leurs salles se situe dans une ancienne chapelle –, et se félicitent d'être déjà rentables, « *au niveau du groupe* ».

Si la majorité des acteurs pense, comme les fondateurs de Climbing District, que le marché a encore du potentiel, Grégoire de Belmont est plus frileux. « *Il y a beaucoup d'acteurs, et clairement, ça va se resserrer,* prédit-il. *Dans les années à venir, il va être intéressant de voir comment cela va se consolider, quels les acteurs vont ressortir et comment cela se développe au niveau international* », juge-t-il. ■

annonces judiciaires & légales

Commune du Plessis-Robinson

MISE A DISPOSITION DU PUBLIC

de l'étude d'impact du dossier de permis de construire n° PC 09206022 0041 pour le projet de construction de 651 logements au 13 avenue Paul Langevin au Plessis-Robinson

Conformément à l'article L.123-19 du code de l'environnement, le dossier relatif au permis de construire n° PC 09206022 0041 pour la construction de 651 logements au 13 avenue Paul Langevin au Plessis-Robinson, complété de l'étude d'impact et ses annexes, de l'avis de l'autorité environnementale, du mémoire en réponse, est mis à la disposition du public **du 31 août 2023 à 8h30 au 2 octobre 2023 à 17 h**, avant approbation.

La mise à disposition est organisée par la Commune du Plessis-Robinson, autorité compétente pour délivrer le permis de construire : Centre Administratif Municipal – 3 place de la Mairie – 92350 Le Plessis-Robinson (01.46.01.44.23 – ***urbanisme@plessis-robinson.com***.

L'ensemble du dossier sera consultable selon les modalités suivantes :

- sur le site internet ***https://www.registre-numerique.fr/mad-plessis-robinson*** ;
- via un lien internet depuis le site internet de la ville du Plessis-Robinson (***www.plessis-robinson.com*** - rubrique Service Urbanisme) ;
- depuis un poste informatique situé au service de l'Urbanisme du Plessis-Robinson 3 place de la Mairie 92350 LE PLESSIS-ROBINSON (Centre Administratif Municipal) du lundi au vendredi de 8h30 à 12h00 et de 13h00 à 17h00.

Le public pourra faire ses observations :

- sur le registre dématérialisé hébergé sur le site internet suivant : ***https://www.registre-numerique.fr/mad-plessis-robinson*** ;
- par voie électronique à l'adresse suivante : ***mad-plessis-robinson@mail.registre-numerique.fr*** ; Toutes les observations devront être reçues au plus tard le 2 octobre 2023 à 17 h.

Cet avis sera :

- mis en ligne sur le site internet de la Ville du Plessis-Robinson
- affiché sur site : 2 affiches au 13 avenue Paul Langevin et 1 avenue Descartes
- publié dans deux journaux départementaux
- affiché en Mairie

La décision pouvant être adoptée au terme de la participation du public : délivrance du permis du construire n° PC 09206022 0041 par la Commune du Plessis-Robinson, autorité compétente.

EP 23-477 / contact@publilegal.fr

La ligne de référence est de 40 signes en corps minimal de 6 points didot.

Le calibrage de l'annonce est établi de filet à filet.

Les départements habilités sont 75, 77,78, 91, 92, 93, 94, 95 et 69.

Les Etats-Unis vont devenir le premier marché d'Aldi

DISTRIBUTION

Le distributeur allemand reprend les chaînes de supermarchés Winn-Dixie et Harveys Supermarket au holding Southeastern Grocers.

Nathalie Steiwer
— Correspondante à Berlin

« Go South ! » Le discounter allemand Aldi devient l'un des grands distributeurs alimentaires américains en reprenant les chaînes Winn-Dixie et Harveys et leurs quelque 400 supermarchés à son concurrent Southeastern Grocers. L'acquisition annoncée mercredi devrait être finalisée début 2024, pour une somme qui n'a pas été indiquée.

L'allemand restera encore loin derrière la locomotive absolue de la distribution aux Etats-Unis, Walmart, qui contrôle près d'un quart du marché, et derrière Kroger et Albertsons, les deux grandes chaînes alimentaires qui devraient dominer 18 % du marché alimentaire américain après leur fusion.

L'inflation a toutefois dopé la croissance du distributeur aux Etats-Unis, en ralliant les clients jusque-là réticents devant ses rayons allégés mais abordables. L'année dernière, Aldi affichait un chiffre d'affaires de l'ordre de 16,9 milliards d'euros aux Etats-Unis, contre 17,2 milliards d'euros en 2021 en Allemagne. Il a aussi conquis un million de nouveaux clients.

Bientôt 2.400 magasins

« *Le moment était venu de poursuivre notre croissance et d'aider les habitants du Sud-Est à économiser sur leur ticket de caisse* », a commenté Jason Hart, le PDG d'Aldi aux Etats-Unis. Avec la reprise des supermarchés Winn-Dixie et Harvey et la création de 120 nouveaux magasins, Aldi devrait atteindre un « *total de plus de 2.400 magasins d'ici la fin de l'année* », annonce-t-il. Un total à comparer aux 3.000 supermarchés Kroger et 2.300 Albertsons. Une partie des nouvelles acquisitions passeront sous l'enseigne du groupe allemand et une autre partie conservera sa marque actuelle.

Le partage du monde

Cette nouvelle conquête va nourrir son expansion dans les Etats d'Alabama, Floride, Géorgie, Louisiane et Mississippi. Présent depuis près de quarante ans dans le pays, Aldi avait commencé à s'implanter dans les années 1990 dans le sud-est du pays, où il a investi 2,5 milliards de dollars depuis. Il a également ouvert récemment un centre de distribution à Loxley, en Alabama, qui alimente ses nouveaux magasins.

Désormais, le chiffre d'affaires américain d'Aldi devrait dépasser celui réalisé en Allemagne, confirmant le succès de la marque outre-Atlantique. S'y ajoutent en outre les résultats de la chaîne américaine de magasins Trader Joe's, transformé en épicerie fine pour attirer les clients plus aisés. Les Etats-Unis sont le seul territoire où les Aldi, Nord et Sud, se côtoient depuis la scission entre les frères Albrecht en 1961. Aldi Nord opère en France, où il continue de s'étendre depuis la reprise des magasins Leader Price, en Belgique, aux Pays-Bas, au Danemark et en Pologne. Outre l'Autriche, l'Italie et le Royaume-Uni, Aldi Sud vise les grands horizons avec les Etats-Unis, l'Australie et la Chine. L'Amérique reste toutefois le territoire privilégié de leurs nouvelles expériences. Réputé pour rester proche du hard discount des origines, Aldi Nord, s'est justement « gentrifié » outre-atlantique avec la reprise de Trader Joe's.

Depuis son alliance avec Instacart, Aldi a d'abord testé un modèle de livraison de produits frais aux Etats-Unis, avant de l'étendre en Allemagne depuis début juin. Loin derrière son rival allemand, avec ses 300 magasins américains, Lidl a en revanche un temps d'avance sur ce terrain : lancé dans l'e-commerce depuis cinq ans, Lidl réalise déjà 1 milliard de chiffre d'affaires dans ce segment en Allemagne. ■