

Le climat des Affaires au 30 Juillet 2010

Le 01 Août 2010

Le sentiment économique mesuré par la Commission de Bruxelles s'est nettement amélioré en juillet, contre toute attente. La plupart des grands pays européens affichent une progression à l'exception de l'Espagne qui recule. L'Allemagne sort du lot et reprend une nouvelle avance sur ses partenaires. L'industrie est le principal facteur de hausse du moral des entreprises, suivie par les services non financiers. Le commerce est plus réservé. La construction reste à la traîne. Les consommateurs émergent enfin de leur torpeur printanière.

Ce qui donne un second souffle à l'Allemagne, c'est la diffusion de la reprise à l'ensemble des secteurs d'activité. L'industrie mène la marche : la production augmente à nouveau et le taux d'utilisation des capacités, à plus de 82%, est redevenu presque normal. La confiance mesurée dans les services est meilleure qu'en 2007 et la plus élevée des pays de la zone euro. Celle des détaillants, en net sursaut ce mois-ci, n'a pas été aussi bonne depuis août 1991 ! Enfin, la construction évolue à l'opposé des autres pays européens : elle se redresse visiblement et dépasse son dernier point haut de 2006 alors qu'elle menace de rechuter ailleurs.

ZONE EURO : L'ALLEMAGNE SURPREND POSITIVEMENT

Les industriels allemands voient se remplir leurs carnets de commandes plus rapidement et plus abondamment que leurs partenaires, ce qui les incite à réembaucher. La baisse de l'euro commence à se percevoir : les perspectives d'exportations sont à leur maximum observé depuis 1990. Les créations d'emplois sont encore plus marquées dans les services et rejoignent leur niveau moyen d'avant crise. L'opinion des détaillants allemands est particulièrement intéressante : subitement plus confiants, ils se démarquent des autres européens par des intentions de commandes sensiblement renforcées et aussi par de nouvelles embauches prévues.

Tous ces éléments ne laissent pas les particuliers indifférents. Le moral du consommateur germanique rebondit en juillet et se situe à mi chemin entre son niveau moyen et son pic des vingt dernières années. Ailleurs en Europe, il reste en deçà de sa moyenne. Les Allemands jugent leur situation financière personnelle meilleure que par le passé (mais les années post réunification ont été beaucoup plus austères qu'ailleurs). Ils sont surtout plus optimistes que leurs voisins quant à la croissance économique future. En conséquence, ils sont les seuls, avec les Autrichiens, à s'attendre à une décreue significative du chômage.

Le scénario de reprise européenne que nous avons envisagé ne pouvait être ni vigoureux ni immédiat. Il passait nécessairement par un retour de l'Allemagne à une situation équilibrée permettant enfin un réveil de sa demande intérieure. Ce retour, retardé par la crise financière, est maintenant stimulé par la baisse de l'euro et la demande étrangère, même si la spécialisation de notre voisin en biens d'équipement est un handicap en cette période de faible investissement. Le relatif optimisme du consommateur allemand, en dépit de la rigueur budgétaire annoncée outre Rhin, est une bonne nouvelle pour l'ensemble de la zone euro.

Remarque importante : nous développons dans cette note des points de vue qui sont les nôtres à la date d'aujourd'hui. Ils ne présentent aucune garantie. Ils ne constituent pas des conseils d'achats ou de ventes et nous nous réservons le droit de les modifier à tout moment.