

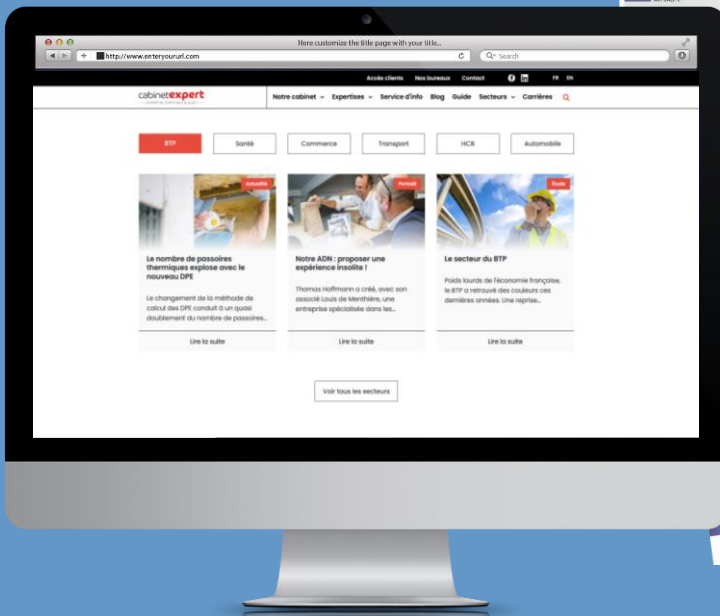
Contenus sectoriels

Toute l'actu de 6 secteurs d'activité clés sur votre site et dans vos revues

L'offre sectorielle est constituée d'informations et d'actualités économiques et sectorielles déployées sur le site internet et dans les revues clients habituelles de votre cabinet. L'offre sectorielle valorise votre proximité et votre connaissance des secteurs économiques clés de vos clients.

**L'essentiel de l'économie + 6 déclinaisons sectorielles :
BTP, Commerce, HCR, Santé et bien-être, Automobile, Transport.**

Les contenus publiés sur le site internet du cabinet dans une rubrique dédiée et dans vos revues clients sont conçus par les Responsables éditoriaux des Echos Etudes (filiale du Groupe Les Echos - Le Parisien spécialisée dans les études sectorielles).



Suppléments sectoriels dans vos revues clients

Le volet sectoriel « print » est constitué d'un supplément trimestriel de 8 pages par secteur, intitulé « L'essentiel ». Il est inséré au milieu de vos revues clients habituelles.

Le supplément inséré est fonction de l'activité du destinataire final de la revue. Vous pouvez ainsi adresser la revue qui correspond exactement à chacun de vos clients : *La lettre des entrepreneurs* avec supplément « Commerce » pour l'un, *La Lettre du professionnel libéral* avec supplément « Santé » pour l'autre.

- La maquette du supplément est différente du reste de la revue pour que le supplément soit immédiatement reconnaissable et identifié. Il bénéficie d'une numérotation à part et chaque secteur a sa couleur,

- **Au sommaire de chaque supplément (8 pages)**

Édito (note de conjoncture – 1 page), portrait d'entrepreneur du secteur – 3 pages), zoom sur un sujet phare du secteur (1 page), actualités (2 pages), tableau de bord en infographie (1 page).

L'ESSENTIEL DU COMMERCE

LE SUPPLÉMENT D'INFORMATIONS DE VOTRE SECTEUR

L'engouement pour le commerce de proximité se poursuit

Portée par le soutien des Français, l'activité des TPE du commerce sort du rouge au 1^{er} trimestre 2021.

Une étude Sendinblue réalisée avec CITE Research a analysé les comportements d'achat des Français, Allemands, Britanniques et Américains pendant et après la crise sanitaire. Selon les résultats de cette étude, les consommateurs se sont largement tournés vers les petits commerces de proximité pour leurs courses du quotidien au plus fort de la pandémie. Et cette tendance s'est ancrée dans les habitudes de consommation. En effet, 44 % des consommateurs interrogés indiquent effectuer aujourd'hui davantage d'achats auprès des petits commerces qu'avant la pandémie, en particulier les plus jeunes. Et ce phénomène devrait perdurer puisque 92 % des consommateurs dans le monde envisagent de maintenir ou d'augmenter leurs achats auprès de leurs commerçants de proximité.



Soutenir une économie locale

En France, la situation est similaire. Depuis le premier confinement, près d'un consommateur sur deux achète plus qu'avant dans les petits commerces et 58 % des Français se déclarent prêts à continuer à le faire à l'avenir. Ils sont également 61 % à vouloir effectuer des achats en ligne auprès des petites entreprises quand c'est possible. Cet emballement pour la proximité s'explique par leur envie de soutenir une économie locale (pour 60 % des personnes interrogées) et par le sentiment de se sentir désormais plus en phase avec les commerces de petite taille (53 %).

nir une économie locale (pour 60 % des personnes interrogées) et par le sentiment de se sentir désormais plus en phase avec les commerces de petite taille (53 %).

Reprise en vue pour les petits commerçants

Cet engouement pour le commerce de proximité se retrouve dans les chiffres du début d'année. Selon le dernier bilan de la FCGA, la Fédération des centres de gestion agréés, le petit commerce alimentaire affiche ainsi un boom de 12 % de son chiffre d'affaires au cours du 1^{er} semestre 2021 par rapport à la même période un an plus tôt, après une croissance de 3 % sur l'ensemble de l'année 2020. Avec des hausses d'activité comprises entre 30 % et 40 %, les poissonneries et les fromageries (+26 %) et les cavistes (+14 %).

Les commerces dédiés à la culture et aux loisirs affichent, de leur côté, une croissance de 13 % en raison des excellentes performances des magasins de vélos (+29 %) et des bureaux de tabac (+13 %). Les secteurs de l'équipement de la maison et de la personne sont également à la fête avec des croissances respectives de 29 % et 19 % sur la période. Ainsi, l'année 2021 s'annonce sous les meilleurs auspices pour les petites entreprises du commerce.

Pages l'essentiel du Commerce

Suppléments sectoriels dans vos revues clients

Vous disposez, selon vos abonnements, de plusieurs titres et suppléments pour répondre à vos différentes typologies de clients.

La lettre des entrepreneurs

SOCIAL FISCAL JURIDIQUE & GESTION



Synthèse d'experts

L'INFORMATION JURIDIQUE, PROFESSIONNELLE ET PATRIMONIALE



L'ESSENTIEL DU BTP

LE SUPPLÉMENT D'INFORMATIONS DE VOTRE SECTEUR

La revanche des « territoires » a sonné

Le marché immobilier affiche une vitalité inouïe. Mais la crise sanitaire a fait mûrir la demande, avec un nivellement des villes moyennes et des zones rurales.

La pierre a retrouvé la cote auprès des Français. Après les derniers chiffres de l'INSEE, le nombre de transactions immobilières dans toutes les régions a progressé de 4% sur un an à fin mars 2021, porté par un contexte de taux extrêmement bas et une épreuve réussie des ménages. Quoté 1 080 000 logarithme, cet accès change de main en pleine confiance.

La comparaison avec 2020 est en faveur de la pierre. En un an, même si toutes les villes ne connaissent pas le même dynamisme, l'offre a été stimulée par un effet rebond. D'après l'INSEE, le prix moyen a augmenté de 4,2% sur un an, jusqu'à 117 000 euros, ce qui est positif en soi.

Les effets du télétravail. Mais la crise sanitaire n'a pas été sans impact sur le marché immobilier. Avec le développement du télétravail, les Français ont cherché à fuir les zones denses et à aller vers les zones moins denses.

Le marché immobilier a connu une véritable renaissance. Les ventes ont augmenté de 4,2% sur un an, ce qui est positif en soi. Les prix ont augmenté de 4,2% sur un an, ce qui est positif en soi. Les ventes ont augmenté de 4,2% sur un an, ce qui est positif en soi.

L'ESSENTIEL DE L'AUTOMOBILE

LE SUPPLÉMENT D'INFORMATIONS DE VOTRE SECTEUR

Toyota frappé par la pénurie de semi-conducteurs

En raison de ses difficultés d'approvisionnement, le constructeur japonais a vu sa production mondiale de 40 % en septembre.

Initialement, Toyota aurait dû produire 800 000 véhicules en septembre 2021. Une prévision que le groupe japonais vient de réduire de 40 % en raison des difficultés qu'il rencontre pour approvisionner, notamment en semi-conducteurs.

De nombreuses usines concernées. Selon les annonces du fabricant japonais, plusieurs usines, dont les 14 sites situés sur l'archipel nippon, ont subi des périodes de non-fonctionnement plus ou moins longues au cours du mois de septembre.

Une bonne résistance de Toyota. Malgré la pénurie de semi-conducteurs, Toyota a réussi à produire pas moins de 840 000 véhicules en septembre.

Des prévisions de production maintenues. Pour le moment, malgré cette baisse de production, le groupe japonais maintient ses prévisions en matière de production mondiale.

L'ESSENTIEL DU COMMERCE

LE SUPPLÉMENT D'INFORMATIONS DE VOTRE SECTEUR

L'engouement pour le commerce de proximité se poursuit

Portée par le soutien des Français, l'activité des TPE de commerce souffre du coup de 1^{er} trimestre 2021.

Une étude Senebrier réalisée avec CITE Research a analysé les comportements d'achat des Français, Allemands, Britanniques et Espagnols pendant et après la crise sanitaire.

Repère en vue pour les petits commerçants. Cet engouement pour le commerce de proximité se retrouve dans les chiffres de début d'année. Selon le dernier bilan de la CITE, la fréquentation des centres de proximité a augmenté de 12 % sur le 1^{er} trimestre 2021.

Les commerces de proximité ont bénéficié de la baisse de la consommation globale. Les ventes ont augmenté de 12 % sur le 1^{er} trimestre 2021.

Soutien à l'économie locale. En France, la situation est excellente. Depuis le premier confinement, près d'un consommateur sur deux achète plus qu'avant dans les petites commerces et de 16 % des Français déclarent porter leur consommation à l'échelle de leur territoire.

L'ESSENTIEL DU TRANSPORT

LE SUPPLÉMENT D'INFORMATIONS DE VOTRE SECTEUR

Les cars Macron malmenés par la crise

Les deux tiers de la fréquentation et du chiffre d'affaires des cars Macron se sont envolés au cours d'une année d'activité en panne.

Confinements, restrictions de déplacement, fermeture des frontières, des touristes étrangers... L'année 2020 a été très compliquée pour les services de transport. Les chiffres de fréquentation ont chuté de 80 % sur un an, ce qui est négatif en soi.

Stabilité de la structure de l'offre, mais baisse des fréquentations. Malgré la crise et le recentrement de la clientèle, la structure de l'offre a peu évolué en 2020, tant en nombre de véhicules desservis que par rapport aux destinations.

Le chiffre d'affaires a baissé de 66 %. La fréquentation a chuté de 80 % sur un an, ce qui est négatif en soi. Les chiffres de fréquentation ont chuté de 80 % sur un an, ce qui est négatif en soi.

Chute sans précédent de la fréquentation. La demande, elle aussi, a chuté. L'offre a été réduite de 10 % sur un an, ce qui est négatif en soi.

L'ESSENTIEL DE LA SANTÉ

LE SUPPLÉMENT D'INFORMATIONS DE VOTRE SECTEUR

L'Assurance maladie se dote d'une nouvelle gestion des risques

La structure durablement déficitaire des comptes va conduire à une nouvelle politique de régulation des dépenses de santé.

Un peu plus de 300 000 déclarations de sinistres ont été déposées en 2020, contre 250 000 en 2019. Dans son rapport annuel à l'Assemblée Nationale, l'Assurance maladie reconnaît que les leviers classiques d'économie ne peuvent garantir un retour à l'équilibre à fin de la décennie.

Le chiffre d'affaires a baissé de 66 %. La fréquentation a chuté de 80 % sur un an, ce qui est négatif en soi. Les chiffres de fréquentation ont chuté de 80 % sur un an, ce qui est négatif en soi.

Le chiffre d'affaires a baissé de 66 %. La fréquentation a chuté de 80 % sur un an, ce qui est négatif en soi. Les chiffres de fréquentation ont chuté de 80 % sur un an, ce qui est négatif en soi.

Le chiffre d'affaires a baissé de 66 %. La fréquentation a chuté de 80 % sur un an, ce qui est négatif en soi. Les chiffres de fréquentation ont chuté de 80 % sur un an, ce qui est négatif en soi.

Le chiffre d'affaires a baissé de 66 %. La fréquentation a chuté de 80 % sur un an, ce qui est négatif en soi. Les chiffres de fréquentation ont chuté de 80 % sur un an, ce qui est négatif en soi.

L'ESSENTIEL DE LA RESTAURATION / HÔTELLERIE

LE SUPPLÉMENT D'INFORMATIONS DE VOTRE SECTEUR

Une saison touristique au beau fixe dans l'Hexagone

La saison touristique a été satisfaisante, portée par la clientèle domestique qui a permis de compenser le manque de visiteurs étrangers.

2021 est globalement un excellent exercice pour le tourisme en France. En effet, le chiffre d'affaires du tourisme a augmenté de 10 % sur un an, ce qui est positif en soi.

Un bilan positif pour le tourisme en France. En effet, le chiffre d'affaires du tourisme a augmenté de 10 % sur un an, ce qui est positif en soi.

Un bilan positif pour le tourisme en France. En effet, le chiffre d'affaires du tourisme a augmenté de 10 % sur un an, ce qui est positif en soi.

Un bilan positif pour le tourisme en France. En effet, le chiffre d'affaires du tourisme a augmenté de 10 % sur un an, ce qui est positif en soi.

Un bilan positif pour le tourisme en France. En effet, le chiffre d'affaires du tourisme a augmenté de 10 % sur un an, ce qui est positif en soi.

La lettre des agriculteurs

SOCIAL FISCAL JURIDIQUE & GESTION



La lettre du professionnel libéral

SOCIAL FISCAL JURIDIQUE & PATRIMONIALE



La lettre des associations

SOCIAL FISCAL JURIDIQUE & GESTION



L'ESSENTIEL DE L'ÉCONOMIE

LE SUPPLÉMENT D'INFORMATIONS DE VOTRE SECTEUR



Module sectoriel pour site web

Le module sectoriel web est un espace dédié à l'information et spécifique pour 6 secteurs d'activité clefs de la clientèle des cabinets (BTP, HCR, Santé-Pharmacie, Commerce, automobile et Transport). Il est intégré au site internet du cabinet comme une rubrique principale du site, accessible dès la page d'accueil.

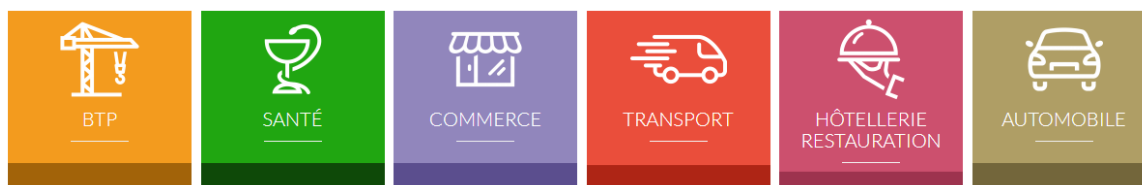
La rubrique « SECTEURS » comprend pour chaque secteur : En continu, **1 fil d'actualité** avec un nouvel article par semaine, chaque trimestre, **1 portrait** de dirigeant emblématique, et tous les 6 mois, **1 étude du secteur** (présentation du marché, chiffres clefs, réglementation, acteurs principaux, perspectives...)

The screenshot displays the website interface for 'cabinetexpert'. At the top, there is a navigation bar with links for 'Accès clients', 'Nos barreaux', and 'Contact'. Below this, a secondary menu includes 'Notre cabinet', 'Expertises', 'Service d'Info', 'Blog', 'Guide', 'Secteurs', and 'Carrières'. The main content area is titled 'Votre secteur' and features a grid of icons for six sectors: Automobile, BTP, Commerce, HCR, Santé, and Transport. Below this, a section titled 'Les dernières actualités sectorielles' lists several news items with accompanying images and titles, such as 'La substitution biosimilaire relancée par le PLFSS 2022' and 'La pénurie de chauffeurs freine la reprise'. A third section, 'Les études par secteur', presents a grid of study cards for BTP, Santé, Commerce, Transport, and France. The final section, 'Portraits d'entrepreneurs', features three profiles with photos and short biographies, including 'Étonner nos clients par l'authenticité de nos concepts!', 'La crise a validé notre vision de la pharmacie d'officine', and 'Notre ADN:'. Blue callout boxes are overlaid on the image to highlight key features: 'Accueil actualités sectorielles', 'Fil d'actualités', 'Etudes', and 'Portraits d'entrepreneurs'.

INCLUS !

UNE NEWSLETTER
MENSUELLE PAR
SECTEUR

Secteurs d'activité couverts



ÉCONOMIE

Le supplément "ÉCONOMIE" traite et analyse l'ensemble de l'actualité économique et financière ayant des répercussions sur la vie des affaires.

Il couvre toutes les informations de conjoncture générale (consommation ou emploi par exemple) et concerne donc toutes les associations et entreprises, comme les sociétés de services (agences, conseil, etc.), les industries, les sociétés informatiques et entreprises du numérique...

BTP

Entreprises et artisans sur le marché de la structure et du gros œuvre (maçonnerie, charpente, démolition), de l'enveloppe extérieure (étanchéité, couverture, isolation extérieure, métallerie) du second œuvre et des finitions (plomberie, chauffage, climatisation, électricité, menuiserie, carrelage, sols, peinture, etc.).
En mineur : les entreprises de travaux publics (infrastructures, ouvrages d'art et de génie civil comme les routes, canalisations, ponts, pistes d'aéroports, etc.).

SANTÉ ET BIEN-ÊTRE

Les pharmacies d'officine, parapharmacies (magasins indépendants ou espaces adossés à des enseignes de la grande distribution), distributeurs et prestataires de soins à domicile, magasins d'optique, et en mineur, les instituts de beauté et de soins et coiffeurs.

AUTOMOBILE

Le secteur automobile comprend les fabricants, les équipementiers, les concessionnaires, la distribution spécialisée, les garages indépendants et les réseaux, loueurs et centres de contrôles techniques.

HCR

Le secteur « HCR » comprend l'hébergement touristique marchand (hôtels, gîtes, etc.) et la restauration commerciale (restauration traditionnelle avec service à table, restauration rapide, cafétérias, débits de boissons comme les bars, cafés-tabacs et discothèques).

TRANSPORT

Le secteur du transport regroupe toutes les activités de transport de voyageurs et de fret. L'offre sectorielle Transport couvre essentiellement le transport routier et ses services annexes (stockage, entreposage, logistique) et le marché des taxis.

COMMERCE

Les commerces alimentaires en magasin (petites et grandes surfaces d'alimentation générale, magasins de produits surgelés et artisanat commercial comme les boulangeries, pâtisseries, charcuteries), les commerces non alimentaires en magasin (stations-services, habillement, bricolage, etc.), les grands magasins généralistes, et en mineur les commerces hors magasins (marchés, ventes en ligne...).

Les Echos Publishing Groupe Les Echos – Le Parisien

Les Echos Publishing conçoit pour les cabinets d'experts-comptables, depuis plus de 30 ans, des contenus spécialisés et des solutions de communication clients ultra personnalisées : sites Internet, contenus web d'actualités, revues d'informations clients, newsletters, animation de réseaux sociaux...

Toutes nos solutions sur lesechos-publishing.fr T. 05 49 41 72 58