

# Détailants en concurrence au niveau des collaborateurs

Retail Outlook | 2023



E-commerce  
**Les compétences numériques en soutien du e-commerce**  
Page 9

Focus  
**Relève insuffisante, nouvelles entrées en berne**  
Page 10

Focus  
**En quête de nouvelles solutions et approches**  
Page 14

## Impressum

---

### **Éditeur: Credit Suisse AG, Investment Solutions & Sustainability**

Nannette Hechler-Fayd'herbe  
Head of Global Economics & Research  
Tél. +41 44 333 17 06  
E-mail: nannette.hechler-fayd'herbe@credit-suisse.com

Claude Maurer  
Économiste en chef Suisse  
Tél. +41 44 333 09 61  
E-mail: claud.maurer@credit-suisse.com

### **Clôture de rédaction**

15 décembre 2022

### **Copyright**

Ce document peut être cité en mentionnant la source.  
Copyright © 2023 Credit Suisse Group AG et/ou sociétés liées. Tous droits réservés.

## **Auteurs**

### **Credit Suisse AG**

Meret Mügeli  
Tél. +41 44 332 56 16  
E-mail: meret.muegeli@credit-suisse.com

### **Fuhrer & Hotz – Excellence in Retailing**

Martin Hotz  
Tél. +41 41 766 14 14  
E-mail: hotz@fuhrer-hotz.ch

## **Contributions**

Franziska Fischer, Credit Suisse AG

Emilie Gachet, Credit Suisse AG

Christine Mumenthaler, Credit Suisse AG

Maciej Zolotenki, Credit Suisse AG

Chère lectrice, cher lecteur,

Les collaborateurs sont un facteur de succès essentiel pour les entreprises, surtout dans le commerce de détail, branche à haute intensité de main-d'œuvre axée sur la clientèle. Or, le recrutement s'y révèle désormais difficile. Comme dans le reste de l'économie suisse, le chômage dans le commerce de détail a atteint un plancher record l'année dernière et le nombre de postes vacants a fortement augmenté. Aujourd'hui plus que jamais, le secteur est confronté à une pénurie de main-d'œuvre et peine à recruter. Au vu de la grande importance des collaborateurs pour le commerce de détail, nous examinons cette année différents aspects de cette problématique, qui va sans doute s'installer dans la durée dans le sillage de mutations à plus long terme comme l'évolution des profils de poste liée à la digitalisation et le départ à la retraite de la génération du baby-boom. À partir de la page 10, nous analysons divers aspects de la fluctuation des effectifs, les raisons qui incitent à quitter la branche ainsi que l'évolution du taux d'entrée. Nous nous intéressons par ailleurs aux nouvelles approches mises en œuvre dans le commerce de détail pour attirer et fidéliser les collaborateurs et découvrons les démarches jugées particulièrement efficaces par les décideurs des entreprises. Reportez-vous en page 14 pour en savoir plus.

Mais l'assèchement du marché du travail n'a pas été le seul écueil pour les détaillants en 2022. Le début de la guerre en Ukraine, l'envolée des prix de l'énergie et le grand retour de l'inflation ont assombri les perspectives conjoncturelles. L'économie suisse fait certes preuve d'une réjouissante résilience dans un contexte mondial difficile. Cela dit, le commerce de détail a aussi dû composer avec le déclin des effets spéciaux liés à la pandémie et a donc enregistré un repli de ses chiffres d'affaires. Selon l'enquête annuelle menée par Fuhrer & Hotz, les entreprises n'ont en outre pas été en mesure de répercuter intégralement la hausse des coûts sur les consommateurs, ce qui a pesé sur les marges. Près de la moitié des commerçants et fabricants interrogés ont de ce fait manqué leurs objectifs de bénéfices en 2022.

Quelles sont les perspectives pour 2023 en pareil contexte? Du point de vue macro-économique, les perspectives conjoncturelles resteront moroses, bien que les moteurs de la consommation que sont l'immigration, le faible taux de chômage et une légère croissance des salaires réels nous incitent à un prudent optimisme. Par rapport à l'année précédente, les décideurs interrogés par Fuhrer & Hotz se montrent néanmoins assez circonspects quant à leurs prévisions de chiffres d'affaires et de bénéfices.

Nous vous souhaitons une lecture aussi agréable que passionnante.



Christophe Müller  
Responsable Large Swiss Corporates



Claude Maurer  
Économiste en chef Suisse

# Sommaire

---

<b>Synthèse</b>	<b>5</b>
<b>Rétrospective 2022</b>	<b>6</b>
<b>Fin des effets spéciaux dans le commerce de détail</b>	
L'économie suisse s'est montrée résiliente malgré la hausse des incertitudes conjoncturelles en 2022. Le solide marché de l'emploi a soutenu la consommation, mais cela n'a pas suffi à compenser la disparition des effets spéciaux liés à la pandémie. Dans l'ensemble, 2022 s'est révélée assez décevante pour les détaillants.	
<b>E-commerce</b>	<b>9</b>
<b>Les compétences numériques en soutien du e-commerce</b>	
Si les taux de croissance du commerce en ligne en 2022 sont restés en deçà de ceux des deux années précédentes, les chiffres d'affaires se sont maintenus à niveau élevé, notamment grâce à l'amélioration des compétences et de l'affinité numériques des consommateurs.	
<b>Focus – Marché de l'emploi</b>	<b>10</b>
<b>Relève insuffisante, nouvelles entrées en berne</b>	
De nombreuses branches ont été confrontées à une pénurie de main-d'œuvre en 2022, parmi lesquelles aussi le commerce de détail. La pandémie n'a toutefois pas accentué la fluctuation ou augmenté le nombre de salariés ayant quitté le secteur. Les causes de la pénurie semblent davantage liées aux départs qui ne peuvent être compensés et à une relève insuffisante.	
<b>Emploi dans le commerce de détail</b>	<b>13</b>
<b>Focus – Marché de l'emploi</b>	<b>14</b>
<b>En quête de nouvelles solutions et approches</b>	
La recherche de personnel adéquat et qualifié constitue actuellement un réel défi pour le commerce de détail. Les exigences plus élevées posées aux salariés du fait de la digitalisation et la mutation démographique entraînent une pénurie de main-d'œuvre qualifiée. Et la concurrence des autres secteurs économiques est également un écueil. Comment le commerce de détail et l'industrie des biens de consommation relèvent-ils ce défi stratégique?	
<b>Perspectives 2023</b>	<b>18</b>
<b>Perspectives en demi-teinte dans un contexte difficile</b>	
La croissance helvétique devrait se ralentir dans le sillage d'un assombrissement de la conjoncture mondiale en 2023. Un marché de l'emploi toujours stable, une légère progression des salaires réels et l'immigration devraient toutefois s'inscrire en soutien du commerce de détail.	
<b>Résultats de l'enquête de Fuhrer &amp; Hotz: Rétrospective 2022</b>	<b>20</b>
<b>Bilan mitigé pour 2022</b>	
<b>Résultats de l'enquête de Fuhrer &amp; Hotz: Prévisions pour 2023</b>	<b>22</b>
<b>Prévisions et indicateurs</b>	<b>24</b>

# Synthèse

---

## **Repli des chiffres d'affaires en 2022**

Les chiffres d'affaires du commerce de détail helvétique ont baissé en 2022 en dépit de la bonne santé du marché de l'emploi et de la hausse de l'immigration. Les segments qui ont vu s'atténuer les effets spéciaux liés à la pandémie, dont ils avaient pu profiter jusqu'à présent, ont été particulièrement impactés. C'est notamment le cas de l'alimentaire/near food, avec un net repli du chiffre d'affaires estimé à 4,5%. Soutenu par la consommation de rattrapage notamment dans le segment des loisirs, le non alimentaire devrait avoir un peu mieux résisté (-1,2%).

## **Une situation au niveau du personnel marquée par une relève insuffisante et des entrées en berne**

La bonne santé du marché de l'emploi après la pandémie se reflète aussi dans le commerce de détail: le chômage est à un plancher record et le nombre de postes vacants est élevé. En pareil contexte, de nombreux détaillants sont toutefois confrontés à des difficultés de recrutement accrues et une pénurie de main-d'œuvre. Or, cette évolution ne semble pas liée à un nombre plus important de départs pendant la pandémie, mais plutôt à une relève insuffisante et à un manque de nouvelles recrues dans la branche. Toute mesure visant à lutter contre cette pénurie de personnel aura des effets positifs sur le plus long terme, car la digitalisation et la modification des profils de poste qu'elle engendre ainsi que la vague de départs à la retraite de la génération du baby-boom vont sans aucun doute continuer de poser problème au commerce de détail.

## **Commerce de détail et industrie en quête de nouvelles approches en matière d'«employee journey»**

L'enquête menée par Fuhrer & Hotz montre que les entreprises du commerce de détail et des biens de consommation adoptent de nouvelles approches pour attirer et fidéliser leurs collaborateurs dans un contexte tendu sur le marché de l'emploi. Parmi les démarches jugées particulièrement efficaces figurent ici une culture de management valorisante, des modèles de travail flexibles et des opportunités de formation continue. Pour faire face à l'insuffisance de la relève, les employeurs visent surtout à améliorer leur attractivité. Comprendre les besoins des salariés et des nouvelles générations constitue à cet égard un facteur de succès à long terme essentiel pour les entreprises.

## **L'usage généralisé d'Internet renforce le potentiel de l'e-commerce**

Le commerce en ligne a connu un véritable essor grâce à la pandémie et les consommateurs ont sensiblement amélioré leurs compétences numériques, ce qui devrait permettre à ce succès de s'installer dans la durée. Les consommateurs plus âgés notamment ont accompli de nets progrès dans l'utilisation d'Internet et font désormais partie des groupes cibles de l'e-commerce. Cela dit, les jeunes générations recèlent elles aussi un potentiel supplémentaire, grâce à la généralisation des réseaux sociaux, qui devrait doper le canal en ligne «social commerce».

## **Les chiffres d'affaires devraient légèrement augmenter en 2023**

La croissance économique va sans doute ralentir en 2023. La stabilité du marché de l'emploi, une légère augmentation des salaires réels ainsi qu'une robuste immigration devraient toutefois s'inscrire en soutien et permettre une timide progression des chiffres d'affaires réels du commerce de détail. Les chiffres d'affaires nominaux dans l'alimentaire/near food devraient ainsi croître de 2,1%, aussi en raison de l'inflation attendue (+1,6%). Nous tablons sur une hausse d'environ 0,8% du chiffre d'affaires dans le non alimentaire, même si des disparités seront observables entre les différents segments. Le renchérissement dans le secteur non alimentaire devrait se normaliser dans le courant de l'année.

## **Plus de la moitié ont atteint ou dépassé leurs objectifs de chiffre d'affaires en 2022**

Sur fond d'incertitudes liées à la pandémie, la planification pour 2022 s'est révélée difficile pour les détaillants. Et le début de la guerre en Ukraine et l'inflation qui a suivi ont encore compliqué la donne. Plus de la moitié des participants à l'enquête sont néanmoins parvenus à atteindre leurs objectifs de chiffre d'affaires. La hausse des prix n'a en revanche pas été répercutée intégralement sur les consommateurs, ce qui a pesé sur les bénéfices.

## **Objectifs de chiffre d'affaires moins optimistes pour 2023**

Seuls 57% des participants à l'enquête anticipent une croissance de leur chiffre d'affaires en glissement annuel pour 2023. C'est le segment alimentaire/near food qui se montre ici le plus optimiste. L'on s'attend en outre à une poursuite du déplacement des chiffres d'affaires du commerce stationnaire vers le canal en ligne, une évolution qui devrait surtout profiter aux commerçants basés en Suisse. Près de 80% des détaillants sondés veulent adapter leurs surfaces de vente. Le segment alimentaire/near food souhaite les agrandir pour proposer un assortiment plus riche, tandis que quelques fermetures sont prévues dans le non alimentaire.

# Fin des effets spéciaux dans le commerce de détail

**L'économie suisse s'est montrée résiliente malgré la hausse des incertitudes conjoncturelles en 2022. Le solide marché de l'emploi a soutenu la consommation, mais cela n'a pas suffi à compenser la disparition des effets spéciaux liés à la pandémie. Dans l'ensemble, 2022 s'est révélée assez décevante pour les détaillants.**

## Chiffres d'affaires en baisse en 2022

Après deux années positives au niveau du chiffre d'affaires sur fond d'effets spéciaux liés à la pandémie, la demande a de nouveau baissé dans le commerce de détail en 2022. Selon nos estimations, les chiffres d'affaires nominaux se sont contractés de 2,6% par rapport à 2021, tout en se maintenant au-dessus de leurs niveaux pré-pandémiques (+5,7% par rapport à 2019). Les chiffres restent par conséquent relativement élevés.

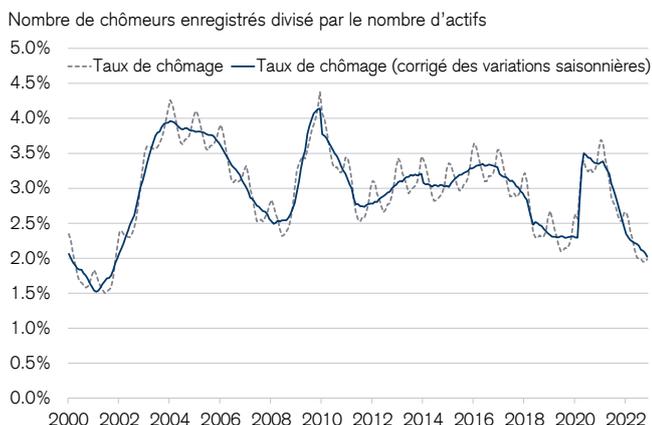
## Dégradation du climat de consommation

L'année 2022 a été marquée par des conditions-cadres difficiles. Le début de la guerre en Ukraine, la hausse des prix de l'énergie et la détérioration des perspectives conjoncturelles ont pesé sur le climat de consommation. L'impact de l'envolée des coûts de l'énergie sur les ménages a certes été atténué par la vigueur du franc et la réglementation des prix, mais la hausse notamment des prix des produits pétroliers et des biens d'importation a entraîné une inflation d'environ 2,9% sur l'année. Bien qu'il s'agisse du taux d'inflation le plus élevé depuis 15 ans, le renchérissement dans notre pays est resté bien inférieur aux niveaux atteints à l'étranger.

## Plein emploi et immigration ont soutenu la consommation

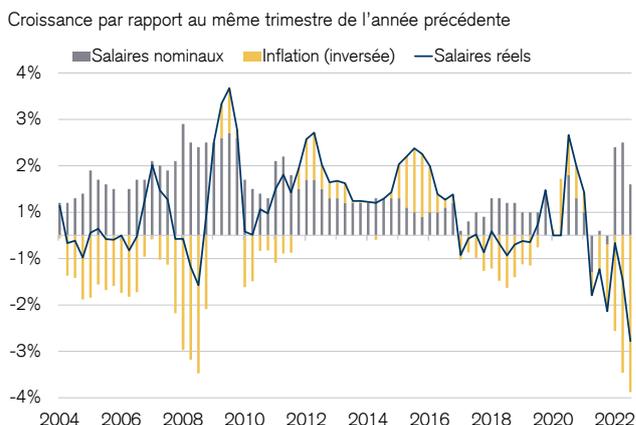
L'économie suisse s'est montrée résiliente dans ce contexte difficile et la situation sur le marché de l'emploi est restée robuste. En dépit des incertitudes conjoncturelles, le taux de chômage corrigé des valeurs saisonnières a baissé à son plus bas niveau depuis 20 ans (cf. fig. 1), soit une moyenne de 2,2% sur l'année 2022. L'emploi a également sensiblement progressé par rapport à l'année précédente, ce qui a contribué à une bonne situation des ménages et donc soutenu la consommation. La stabilité du marché du travail a aussi eu un impact sur les salaires. Après plus d'une décennie de modeste croissance, les salaires nominaux ont fortement augmenté (cf. fig. 2). Sous l'effet de l'inflation, les consommateurs suisses ont néanmoins dû composer avec une baisse de leurs salaires réels. L'immigration s'est également inscrite en soutien de la consommation privée. L'immigration nette en 2022 devrait avoir atteint environ 75 000 personnes, soit nettement plus que durant les années précédentes, ce qui témoigne de la robustesse de la conjoncture nationale. Les plus de 60 000 réfugiés ukrainiens (statut de protection S) n'apparaissent pas dans ce chiffre, puisqu'ils sont considérés comme demandeurs d'asile et n'entrent dans la population étrangère résidente permanente qu'après une durée de séjour de 12 mois. Ces personnes ont sans aucun doute néanmoins contribué à soutenir la consommation en 2022.

**Fig. 1: Taux de chômage au plus bas depuis 20 ans**



Dernières données: novembre 2022  
Source: Secrétariat d'État à l'économie, Credit Suisse

**Fig. 2: Hausse des salaires neutralisée par l'inflation**



Dernières données: 3<sup>e</sup> trimestre 2022  
Source: Office fédéral de la statistique, Credit Suisse

## Les taux de change dopent le pouvoir d'achat suisse à l'étranger

Sur le front monétaire, le franc suisse s'est fortement apprécié face à l'euro depuis le début de l'année. Si le taux de change EUR/CHF était encore de 1.05 au début 2022, il a ensuite baissé pour atteindre temporairement 0.95. Les importations vers la Suisse sont donc devenues moins chères, ce qui a contribué à maintenir l'inflation moins élevée qu'à l'étranger. Simultanément, l'appréciation du franc face à l'euro a aussi dopé le pouvoir d'achat des Suisses à l'étranger.

## Les achats à l'étranger restent attractifs malgré des prix plus élevés

Pour évaluer le pouvoir d'achat des consommateurs à l'étranger, il convient, outre le taux de change, de tenir compte de l'évolution des prix. Or, la hausse des prix a été sensiblement moins importante en Suisse que dans les pays voisins, raison pour laquelle les prix à l'étranger se sont rapprochés du niveau helvétique. L'appréciation du franc a en revanche eu l'effet inverse et plus que compensé le renchérissement à l'étranger. L'attractivité des achats à l'étranger a donc globalement de nouveau augmenté. L'estimation des chiffres d'affaires du tourisme d'achat stationnaire montre qu'ils ont recommencé à progresser après leur net fléchissement pendant la pandémie. Contrairement à ce qu'aurait pu laisser croire l'évolution réelle du pouvoir d'achat des Suisses à l'étranger, les achats stationnaires dans les pays voisins n'ont toutefois pas explosé l'année dernière (cf. fig. 3). Le renchérissement du trajet lié à la hausse des prix des carburants a sans doute joué un rôle, tout comme la modification de certains comportements d'achat dans le sillage de la pandémie. L'e-commerce profite toujours d'une grande popularité et certains consommateurs se sont sans doute habitués au confort des services de livraison (rapide), surtout dans l'alimentaire. Dans le même temps, l'évolution modérée témoigne aussi de la sensibilité aux prix des touristes d'achat, puisque les emplettes à l'étranger semblent perdre de leur attrait en raison de la hausse des prix.

## Hausse des prix aussi dans le commerce de détail

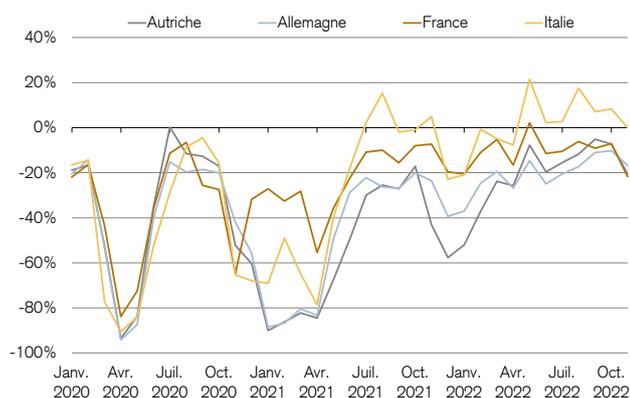
Les prix dans le commerce de détail ont augmenté dans le sillage de l'inflation, bien qu'un peu moins vigoureusement (+1,8%). Selon nos estimations, les hausses ont été plus marquées dans le non alimentaire (+1,9%) que dans l'alimentaire/near food (+1,6%). Les chiffres d'affaires réels des détaillants devraient donc avoir baissé encore plus fortement. Outre les difficultés d'approvisionnement, ces augmentations de prix s'expliquent surtout par des coûts et des prix des intrants plus élevés, principalement du fait de l'envolée de l'énergie (cf. parenthèse sur la crise énergétique). Les détaillants n'ont toutefois pas été en mesure de répercuter intégralement la hausse des coûts sur les consommateurs, ce qui a eu un impact négatif sur les marges.

## Repli plus marqué dans l'alimentaire

L'évolution des chiffres d'affaires, tant réels que nominaux, se révèle plus dynamique dans le non alimentaire que dans le segment alimentaire/near food (cf. fig. 4). Les chiffres d'affaires nominaux dans le non alimentaire se sont ainsi repliés de 1,2% environ, contre près de 4,5% dans l'alimentaire. Ce sont surtout les segments qui ont enregistré des augmentations exceptionnelles pendant la pandémie qui ont vu leur chiffre d'affaires baisser en 2022. L'on retrouve ici l'alimentaire, mais aussi les secteurs électronique grand public, articles ménagers, habitat et bricolage, jardinage et accessoires automobiles. Ces deux derniers segments ont été confrontés à des hausses de prix particulièrement marquées. Outre l'atténuation des effets de la pandémie, les chiffres d'affaires des segments précités du non alimentaire ont aussi souffert d'une certaine saturation de la demande, surtout au 1<sup>er</sup> semestre. Lié à un besoin de rattrapage, le déplacement de la consommation vers les prestations telles que les loisirs, les voyages et la restauration a sans doute également eu un impact, tant dans l'alimentaire que dans le non alimentaire.

**Fig. 3: Pas d'explosion des dépenses dans le tourisme d'achat**

Dépenses estimées des Suisses chez les détaillants stationnaires à l'étranger, variation par rapport à 2019

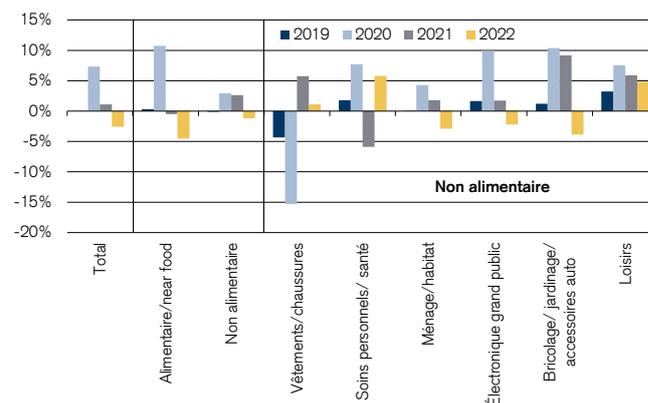


Dernières données: novembre 2022

Source: Monitoring Consumption Switzerland, Credit Suisse

**Fig. 4: Chiffres d'affaires en berne dans de nombreux segments**

Chiffres d'affaires nominaux du commerce de détail; croissance en glissement annuel



Dernières données: 2021, 2022: estimations Credit Suisse (base : janvier à octobre)  
Source: GfK, Credit Suisse

## Hausse des chiffres d'affaires pour les segments loisirs et vêtements

Ce déplacement a profité au segment des loisirs, qui grâce au besoin de rattrapage des consommateurs a de nouveau sensiblement progressé (+4,8% par rapport à 2021, +19,4% par rapport à 2019). Fortement touché au début de la pandémie, le segment vêtements/chaussures a également enregistré des taux de croissance légèrement positifs. La hausse des chiffres d'affaires a été forte notamment aux mois de mai et septembre, correspondant aux changements de saison. Le retour au bureau des salariés et la reprise des événements et manifestations ont fait repartir à la hausse le besoin de nouveaux vêtements. Cela dit, la mutation structurelle s'est poursuivie et même accélérée avec la pandémie. Aujourd'hui, presque un franc sur trois dans le segment vêtements est dépensé en ligne et une partie de ces chiffres d'affaires part à l'étranger.<sup>1</sup> La réjouissante évolution des chiffres d'affaires semble cependant indiquer que de nombreux commerçants suisses ont renforcé leur présence en ligne durant la pandémie, ce qui leur a permis de profiter au moins partiellement du déplacement de la consommation vers l'e-commerce.

### Parenthèse: La crise énergétique contraint les entreprises à s'adapter

Au vu des données relatives aux intrants/extrants, le commerce est certes plus énergivore que d'autres branches du tertiaire, comme celles de la finance ou de l'édition, mais l'enseignement ou les divertissements sont encore plus dépendants de l'électricité et du chauffage. Le secteur tertiaire affiche en moyenne une intensité énergétique relativement faible dans notre pays et les intrants que sont le pétrole, l'électricité et le gaz y jouent un rôle bien moins important pour la création de valeur que dans la plupart des secteurs industriels.

Il n'est donc guère surprenant que les entreprises du tertiaire s'étant préparées à une éventuelle pénurie d'énergie soient un peu moins nombreuses que dans l'industrie. C'est ce que révèlent les questions spéciales autour de la gestion de la crise énergétique de l'enquête mensuelle menée auprès des directeurs d'achat suisses (PMI) et organisée en collaboration par le Credit Suisse et procure.ch. Près des deux tiers des prestataires (62%, contre 79% dans l'industrie) ont pris des mesures concrètes pour se prémunir d'une éventuelle pénurie d'électricité ou prévoient de le faire. La mesure la plus fréquente est ici la réduction générale de la consommation d'électricité. Environ un tiers des entreprises a fait l'acquisition de générateurs de secours ou de batteries. Cette approche semble largement répandue dans le commerce de détail et surtout les centres commerciaux, afin de garantir le fonctionnement de dispositifs essentiels comme les systèmes d'accès et les installations de réfrigération/congélation. L'installation de systèmes photovoltaïques fait également partie du catalogue de mesures, mais bien plus rarement que dans l'industrie – probablement aussi parce que les prestataires ne sont souvent que locataires. Pour se prémunir d'une pénurie de gaz, la réduction de la température dans les locaux est en revanche deux fois plus répandue chez les prestataires que dans l'industrie.

Quelle que soit la situation cet hiver, les prix du gaz – et donc aussi de l'électricité en Europe et en Suisse – devraient rester élevés encore un certain temps. Au printemps prochain, il s'agira en effet de remplir les réserves. Et contrairement à l'année 2022, au cours de laquelle au moins une partie des livraisons transitaient par le gazoduc Nord Stream 1, pratiquement aucun gaz russe ne sera disponible, un manque qu'il faudra compenser avec plus de gaz naturel liquéfié (GNL). L'Europe s'approvisionne ici sur le marché mondial et entre ainsi en concurrence avec les pays asiatiques. Or, si la Chine redevient l'un des principaux acheteurs mondiaux après la phase de faible demande liée aux restrictions anti-COVID pendant une bonne partie de l'année 2022, le prix du gaz est peu susceptible de diminuer.

Les entreprises seraient donc bien inspirées de se préparer à des prix de l'énergie durablement plus élevés – et c'est ce qu'elles font selon notre enquête PMI. L'envolée des prix ces derniers mois a en effet entraîné une poussée des investissements dans la transition énergétique. Si avant le début de la guerre, 14% des participants indiquaient ne pas prévoir d'investissements en la matière, cette part a chuté à 7% en octobre. Les mesures concernant l'efficacité énergétique et les énergies renouvelables ont sensiblement augmenté – une bonne nouvelle tant en matière de résilience des entreprises à la crise énergétique que pour la lutte contre le changement climatique.

<sup>1</sup> Source: GfK

# Les compétences numériques en soutien du e-commerce

**Si les taux de croissance du commerce en ligne en 2022 sont restés en deçà de ceux des deux années précédentes, les chiffres d'affaires se sont maintenus à niveau élevé, notamment grâce à l'amélioration des compétences et de l'affinité numériques des consommateurs.**

## L'e-commerce devrait poursuivre sa croissance

Selon nos estimations, l'e-commerce devrait s'être maintenu à niveau élevé en 2022 (cf. Perspectives, page 18), sans toutefois renouer avec les taux de croissance exceptionnels des deux années de pandémie. Le commerce en ligne devrait néanmoins poursuivre son essor à l'avenir, mais à un rythme moins soutenu. L'utilisation d'Internet et les compétences numériques de la population figurent parmi les facteurs clés du succès du e-commerce et son envolée pendant la pandémie s'explique aussi par l'adaptabilité des consommateurs. L'utilisation d'Internet et les compétences numériques de la population suisse ont en effet grandement progressé durant la période si particulière de la pandémie, où les atouts du commerce en ligne sont devenus particulièrement évidents, surtout au sein du groupe d'âge des 60 ans et plus (cf. fig. 1).

## Meilleures compétences numériques et nouveaux groupes cibles

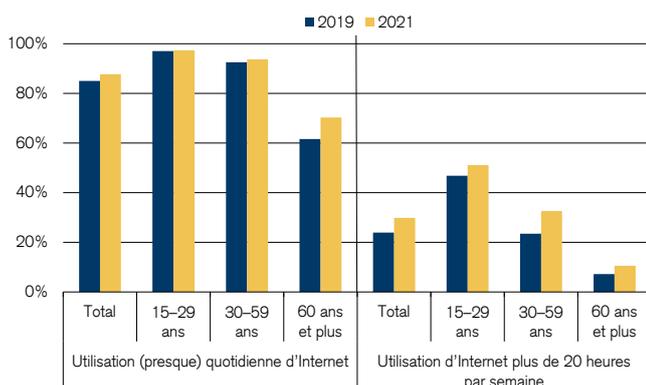
L'enrichissement des compétences numériques et ainsi l'extension des groupes cibles contribuent au succès de l'e-commerce même après la pandémie. Bien que les consommateurs de plus de 60 ans achètent moins en ligne que les jeunes générations, presque 40% d'entre eux participent à l'e-commerce. Près de 71% de la population ont effectué un achat sur Internet au cours des trois derniers mois, ce qui place la Suisse dans le quart supérieur du classement européen (cf. fig. 2). Les achats en ligne concernent principalement des vêtements, chaussures et accessoires (45%), suivis des segments électronique grand public / appareils ménagers et meubles / articles ménagers / jardinage (26% chacun). Les commandes de produits alimentaires sont plus rares (environ 13%). Au sein des différents segments, les femmes effectuent plus d'achats de vêtements que les hommes, ces derniers commandant nettement plus souvent des produits alimentaires en ligne que les femmes. Le segment alimentaire en ligne semble particulièrement apprécié des classes d'âge moyennes (30 à 59 ans), sans doute par commodité du fait de leur activité professionnelle.

## Les réseaux sociaux recèlent un potentiel

L'utilisation des réseaux sociaux a également fortement augmenté ces dernières années, tous groupes d'âge confondus. 62% de la population participent à un réseau social, et ce chiffre atteint même 91% chez les 15-29 ans. Dans cette tranche d'âge, 51% utilisent Internet plus de vingt heures par semaine. Ces chiffres suggèrent un potentiel certain pour un autre canal en plein essor de l'e-commerce: le shopping via les réseaux sociaux, également appelé «social commerce».

**Fig. 1: Utilisation d'Internet toujours en hausse**

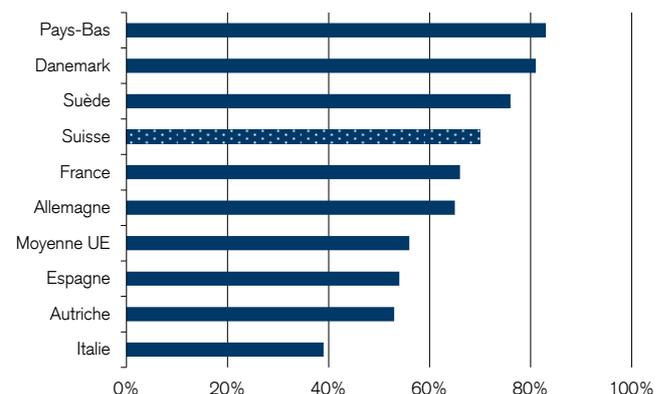
Modalités de l'utilisation d'Internet par groupe d'âge, en %



Dernières données: 2021  
Source: Office fédéral de la statistique

**Fig. 2: Achats en ligne: la Suisse devance la moyenne européenne**

Part de la population totale ayant acheté des produits physiques sur Internet ces 3 derniers mois, en %, sélection de pays



Dernières données: 2021  
Source: Eurostat

# Relève insuffisante, nouvelles entrées en berne

**De nombreuses branches ont été confrontées à une pénurie de main-d'œuvre en 2022, parmi lesquelles aussi le commerce de détail. La pandémie n'a toutefois pas accentué la fluctuation ou augmenté le nombre de salariés ayant quitté le secteur. Les causes de la pénurie semblent davantage liées aux départs qui ne peuvent être compensés et à une relève insuffisante.**

## Situation sur le marché de l'emploi particulièrement tendue pour le commerce de détail

La pénurie de main-d'œuvre qualifiée et les difficultés de recrutement ont marqué l'année 2022. À l'instar de nombreux autres secteurs, le commerce de détail est lui aussi confronté à cette situation. Au 3<sup>e</sup> trimestre 2022, le nombre de chômeurs enregistrés dans la branche a chuté à son plus bas niveau depuis dix ans, tandis que celui des postes vacants a établi de nouveaux records. Le rapport entre postes vacants et chômeurs, aussi appelé tension sur le marché de l'emploi, est un indicateur permettant de mesurer les difficultés de recrutement des entreprises. Après la détente enregistrée pendant la pandémie de coronavirus, cette tension s'inscrit de nouveau en forte augmentation depuis plusieurs trimestres (cf. fig. 1). Si la situation dans le commerce de détail est plus tendue qu'en moyenne dans l'ensemble de l'économie, la branche n'est cependant pas la plus touchée en comparaison sectorielle.

## Les difficultés de recrutement dépendent du niveau de formation

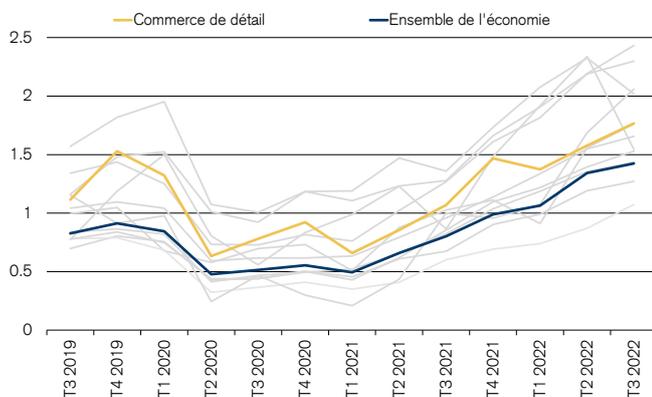
Les difficultés de recrutement se révèlent disparates au sein même de la branche. Elles se sont accentuées pour tous les niveaux de formation, dans le commerce<sup>2</sup> comme dans les autres secteurs (cf. fig. 2). La recherche de collaborateurs disposant d'un niveau dépassant la scolarité obligatoire, notamment de personnes possédant un diplôme d'apprentissage ou de formation professionnelle supérieure, semble compliquée. Les titulaires d'un apprentissage sont d'ailleurs nettement plus difficiles à trouver dans le commerce de détail que dans les autres branches.

## Analyse des causes sur la base de la mobilité sur le marché du travail

Quelles sont les raisons de ces difficultés de recrutement supérieures à la moyenne dans le commerce de détail? Pour répondre à cette question, nous analysons les données de l'Enquête suisse sur la population active (ESPA). Cela nous permet d'examiner plus en détail la mobilité sur le marché du travail et le comportement des salariés, et ainsi d'identifier les facteurs structurels qui se cachent derrière la pénurie de main-d'œuvre.

**Fig. 1: Situation tendue pour les employeurs**

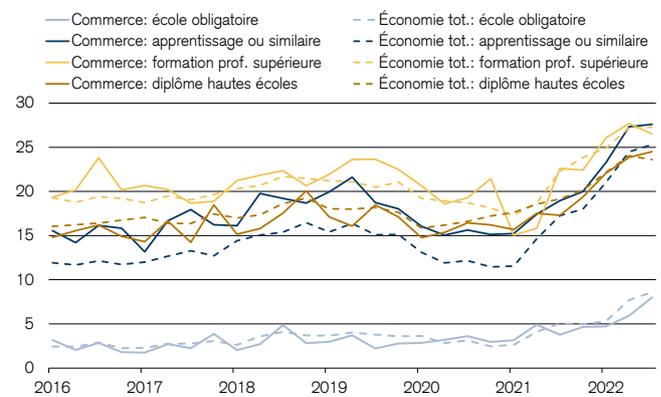
Rapport entre postes vacants (selon Jobradar) et chômeurs enregistrés (selon le Secrétariat d'État à l'économie SECO)



Dernières données: 3<sup>e</sup> trimestre 2022  
Source: Secrétariat d'État à l'économie, x28 AG, Credit Suisse

**Fig. 2: Recrutement plus ou moins ardu selon la formation**

Difficultés de recrutement: part des entreprises (pondération selon l'emploi), qui n'ont pas ou difficilement trouvé de la main-d'œuvre, en %



Dernières données: 3<sup>e</sup> trimestre 2022  
Source: Office fédéral de la statistique

<sup>2</sup> Y c. commerce de gros et commerce automobile. Pas de données spécifiques disponibles pour le commerce de détail.

## Départs de la branche pas plus nombreux pendant la pandémie

L'un des aspects est la fluctuation des effectifs. Les disparités entre arrivées et sorties de personnel dans la branche pourraient constituer l'une des causes de la pénurie de main-d'œuvre. Le taux de rotation, que nous définissons dans ce qui suit comme la part de salariés ayant quitté le secteur concerné depuis le trimestre précédent, fournit des informations plus précises à ce sujet. Dans le commerce de détail, le taux de rotation était d'environ 6,5% au 1<sup>er</sup> semestre 2022. Près de 2,6% de ces mouvements consistaient en des changements de branche, 2,1% à des sorties du marché du travail (p. ex. des départs à la retraite) et 1,7% à des passages au chômage (cf. fig. 3). Le taux spécifique du commerce de détail est légèrement supérieur à la moyenne pour l'ensemble de l'économie, mais reste en deçà de celui de la restauration par exemple, qui affiche traditionnellement une fluctuation importante. Notre analyse montre en outre que la crise du coronavirus n'a pas fait augmenter le nombre de sorties du commerce de détail, et ce, en dépit de la faible importance des modèles de travail flexibles comme le travail à domicile, qui se sont multipliés dans les autres secteurs en raison de la pandémie et sont aujourd'hui appréciés des salariés. Cela suggère que la tendance à un taux de rotation supérieur à la moyenne existait déjà auparavant dans le commerce de détail.

## Les changements de branche dépendent du niveau de formation, de l'âge et du taux d'occupation

L'examen plus approfondi des caractéristiques des salariés montre que la part des personnes possédant une formation supérieure ayant quitté le commerce de détail est plus élevée. Parmi les salariés plus jeunes ou affichant un taux d'occupation plus faible, les changements de branche sont également plus fréquents. Les personnes qui chapeautent des subordonnés sont en revanche plus rares à quitter le commerce de détail.

## Léger repli des entrées dans la branche

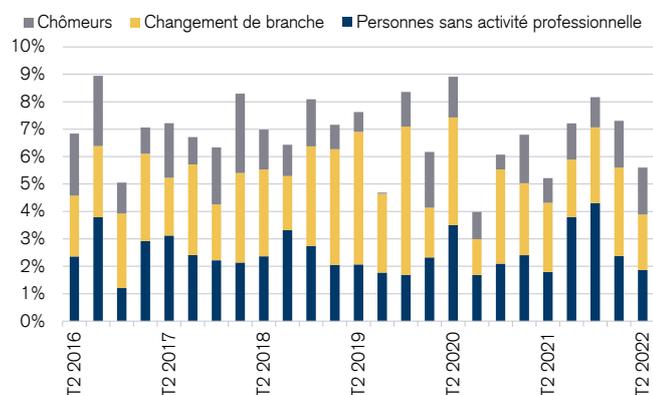
Outre les départs, les effectifs d'une branche dépendent aussi des nouvelles arrivées (cf. fig. 4). Le taux d'entrée, défini comme la part de salariés ayant rejoint le commerce de détail depuis le trimestre précédent, s'est en moyenne légèrement replié ces dernières années. Les taux d'entrée les plus élevés s'observent chez les salariés avec un niveau de formation le plus bas, principalement après une période de chômage. Cela se traduit aussi par des difficultés de recrutement moins importantes s'agissant des personnes peu qualifiées (cf. fig. 2). La comparaison des entrées et des sorties montre que ces dernières n'ont par le passé pas pu être entièrement compensées par les nouvelles arrivées.

## Recul de l'intensité de formation

L'insuffisance des entrées concerne aussi les apprentis. De fait, le commerce de détail est un formateur important et son intensité de formation, c.-à-d. le nombre d'apprentis par rapport aux effectifs totaux, est traditionnellement plus élevée que dans l'ensemble de l'économie. Or, l'intensité de formation a diminué dans la branche ces dernières années. Selon le Baromètre des transitions, presque une place d'apprentissage sur dix est restée vacante dans le commerce de détail en 2022, notamment en raison de candidatures inadaptées ou faisant défaut. L'insuffisance croissante de la relève se reflète aussi dans l'indicateur des difficultés de recrutement par niveau de formation: trouver des personnes titulaires d'un diplôme d'apprentissage est de plus en plus compliqué (cf. fig. 2).

**Fig. 3: Pas d'envolée des départs de la branche en raison de la pandémie**

Part de salariés qui ont quitté la branche du commerce de détail depuis l'enquête du trimestre précédent, par nouvelle situation d'emploi, en %\*



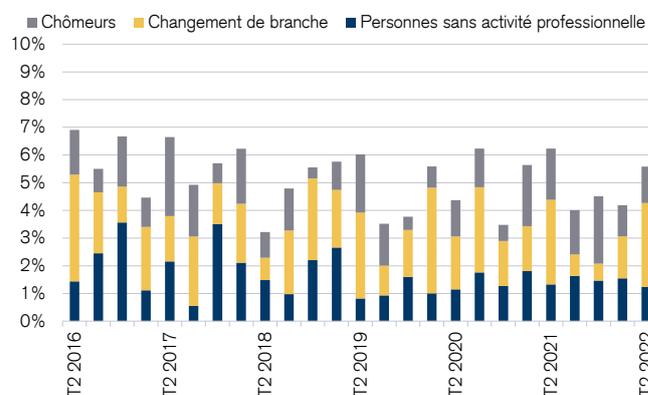
Dernières données: 1<sup>er</sup> semestre 2022

Source: Office fédéral de la statistique, Credit Suisse

\* Extrapolation sur la base d'un nombre restreint d'observations. Les résultats doivent être interprétés avec prudence.

**Fig. 4: Taux d'entrée tendanciellement en repli**

Part de salariés qui ont rejoint la branche du commerce de détail depuis l'enquête du trimestre précédent, par situation d'emploi précédente, en %\*



Dernières données: 1<sup>er</sup> semestre 2022

Source: Office fédéral de la statistique, Credit Suisse

\* Extrapolation sur la base d'un nombre restreint d'observations. Les résultats doivent être interprétés avec prudence.

## Les conditions de travail insatisfaisantes poussent au changement

Le commerce de détail est donc confronté à un nombre insuffisant de nouvelles entrées à plusieurs niveaux. La branche souffre-t-elle d'un problème d'attractivité? Pour identifier les causes possibles de cette situation, ainsi que celles incitant les salariés à quitter la profession, nous avons une nouvelle fois recours à l'Enquête suisse sur la population active. Les motifs à l'origine des changements et recherches de postes y sont en effet recensés. La figure 5 montre que la principale raison invoquée ces dernières années en cas de sortie de la branche du commerce de détail sont des conditions de travail insatisfaisantes (47%), suivies par une volonté de changement ou de progression professionnelle (36%). La mention de conditions de travail insatisfaisantes est en moyenne plus répandue que dans l'ensemble de l'économie, où ce chiffre atteint 43%. En comparaison intersectorielle, les salaires sont également cités par une part supérieure à la moyenne de salariés du commerce de détail pour expliquer leur recherche d'un nouvel emploi.

## Les employeurs connaissent les raisons

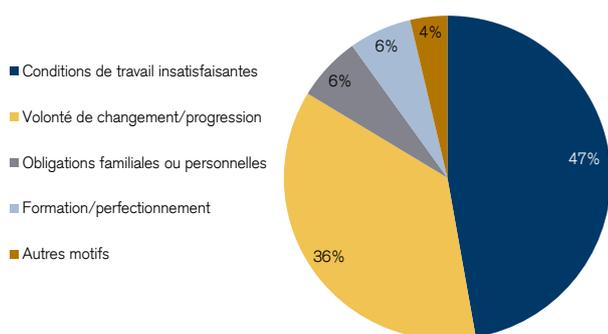
Mais les employeurs sont-ils conscients des motifs de leurs salariés? Pour comparer les points de vue des uns et des autres, nous avons interrogé les commerçants et les fabricants de la branche dans le cadre de l'enquête de Fuhrer & Hotz. Les résultats semblent indiquer que les détaillants sont tout à fait conscients des principaux motifs incitant leurs salariés à vouloir changer de poste. Ici aussi, les conditions de travail insatisfaisantes sont en effet souvent citées. La volonté de changement ou de progression est la raison la plus fréquemment invoquée, suivie des différentes variantes de conditions de travail insatisfaisantes, charge de travail trop lourde et salaire trop faible arrivant en tête (cf. fig. 6). Il n'existe donc pas de réelle différence entre les motifs indiqués par les salariés et ceux perçus par les employeurs – une situation initiale prometteuse pour les employeurs, qui devrait leur permettre de s'attaquer de manière ciblée à leur déficit d'attractivité.

## Mutation structurelle et vieillissement démographique parmi les autres facteurs

Outre la fluctuation et certains déficits d'attractivité, deux évolutions d'ordre structurel expliquent la situation sur le marché de l'emploi dans le commerce de détail. D'une part, la branche traverse un processus de mutation structurelle – la digitalisation, l'e-commerce et les nouvelles formes de commerce de détail apportant leur lot de changements dans les profils de poste des collaborateurs. Comme dans le reste de l'économie, la structure de qualifications du commerce de détail affiche une tendance vers plus de diplômés du degré tertiaire depuis quelques années. Les difficultés accrues de recrutement suggèrent que cette mutation structurelle, qui s'accompagne d'exigences supérieures posées aux collaborateurs, peut tout à fait avoir accentué la pénurie de main-d'œuvre qualifiée au sein de la branche. D'autre part, il convient de ne pas négliger le vieillissement démographique et le départ à la retraite progressif de la génération du baby-boom. Bien que le commerce de détail emploie une part relativement élevée de jeunes salariés, près de 20% des effectifs de la branche devraient partir à la retraite dans les années à venir. L'évolution démographique faisant en sorte que le nombre de personnes quittant le marché du travail restera supérieur à celui des nouveaux arrivants, la pénurie de main-d'œuvre est un risque à long terme. Simultanément, il est aussi possible d'argumenter que la digitalisation (p. ex. sous la forme du «self-scanning») entraînera une baisse des besoins en main-d'œuvre. Cela permettrait certes d'atténuer le problème, mais principalement au sein du personnel peu qualifié. Pour les employeurs, il semble donc judicieux à long terme de s'intéresser de près à cette thématique et de réfléchir à des mesures pour attirer et fidéliser leurs collaborateurs.

**Fig. 5: Conditions de travail insatisfaisantes et fluctuation**

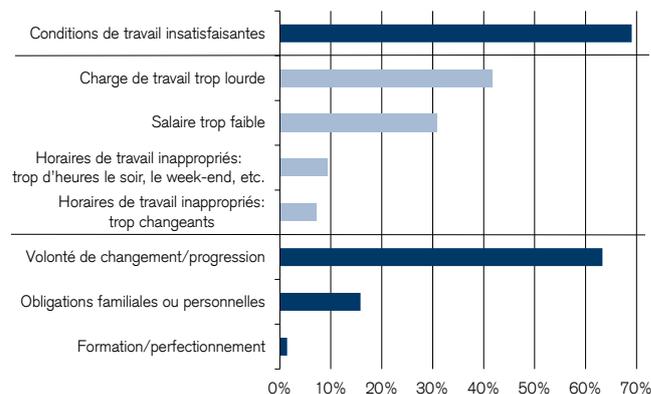
Part des motifs principaux invoqués pour le changement de poste au sein ou en dehors du commerce de détail, en %, 2016–2022



Source: Office fédéral de la statistique, Credit Suisse

**Fig. 6: Les détaillants connaissent les motifs des départs**

Part des réponses à la question: «Quels sont les motifs les plus fréquents pour lesquels les salariés démissionnent ou changent de poste au sein de la société?», réponses multiples possibles, n=139



Source: Fuhrer & Hotz

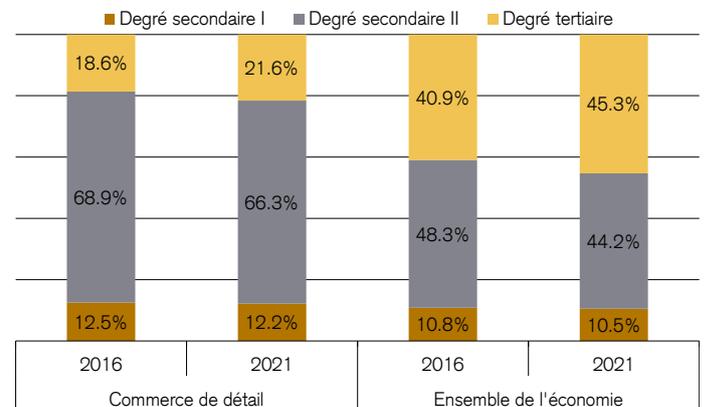
# Emploi dans le commerce de détail

## Niveau de formation

Le commerce de détail emploie un nombre supérieur à la moyenne de salariés possédant au plus un diplôme du degré secondaire II. Ce sont d'ailleurs les titulaires de tels diplômes qui constituent la majeure partie des effectifs. Comme dans le reste de l'économie, une tendance vers plus de diplômes du tertiaire est cependant observable depuis quelques années. La part des salariés ayant seulement suivi l'école obligatoire est en revanche en légère baisse.

## Part importante de diplômés du secondaire II chez les détaillants

Part des salariés par niveau de formation maximum, en %



Dernières données: 2021

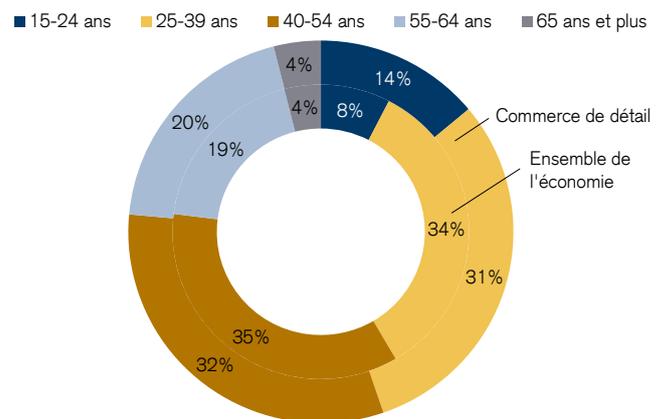
Source: Office fédéral de la statistique, Credit Suisse

## Emploi par genre et groupe d'âge

Environ deux tiers des salariés du commerce de détail sont des femmes, soit une part bien plus importante que dans l'ensemble de l'économie (46%). Cela s'explique en partie par le fait que la branche offre de nombreux postes à temps partiel (cf. «Flexibilité du travail»). Le secteur emploie aussi une part relativement élevée de jeunes âgés de 15 à 24 ans, sans doute en raison de son rôle important en tant que formateur et du nombre supérieur à la moyenne de places d'apprentissage qu'il propose.

## Part importante de jeunes salariés dans le commerce de détail

Part d'actifs par groupe d'âge, en %



Dernières données: 2021

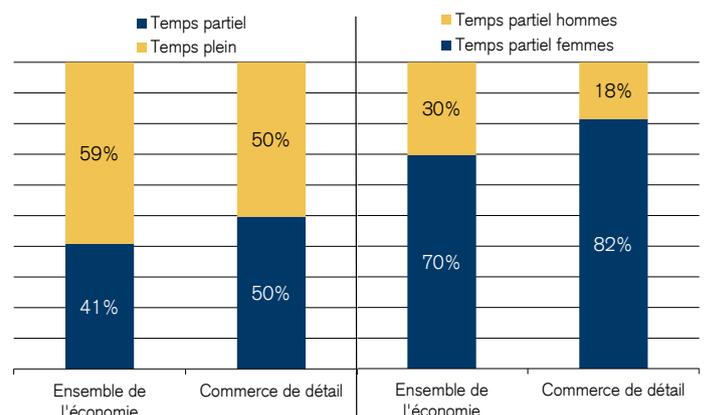
Source: Office fédéral de la statistique, Credit Suisse

## Flexibilité du travail

Le commerce de détail affiche une part relativement élevée de postes à temps partiel, qui sont bien souvent occupés par des femmes. Si l'existence de tels postes offre une certaine flexibilité, les horaires de travail de nombreux salariés se révèlent moins souples que dans d'autres branches du fait des heures d'ouverture des magasins: les horaires sont fixes pour 70% des effectifs, contre 45% dans l'ensemble de l'économie. Pour des raisons évidentes, les possibilités de travail à domicile sont également plus restreintes.

## Nombreux postes à temps partiel chez les détaillants

Part de postes à temps plein et partiel et parts des deux genres dans l'emploi à temps partiel, en %



Dernières données: 2022

Source: Office fédéral de la statistique, Credit Suisse

# En quête de nouvelles solutions et approches

**La recherche de personnel adéquat et qualifié constitue actuellement un réel défi pour le commerce de détail. Les exigences plus élevées posées aux salariés du fait de la digitalisation et la mutation démographique entraînent une pénurie de main-d'œuvre qualifiée. Et la concurrence des autres secteurs économiques est également un écueil. Comment le commerce de détail et l'industrie des biens de consommation relèvent-ils ce défi stratégique?**

## Commerce le plus mis sous pression au niveau du recrutement

Comme le «shopper journey», qui décrit le parcours du client jusqu'à l'achat d'un produit, l'«employee journey» englobe l'ensemble des points de contact entre le salarié et son employeur au cours de différentes phases, du recrutement en passant par l'embauche jusqu'à son départ. L'enquête dédiée menée par Fuhrer & Hotz en octobre/novembre 2022 auprès des décideurs des entreprises de la branche montre que la recherche, la sélection et l'embauche de candidats adéquats constituent un réel souci pour le commerce de détail suisse dans le contexte actuel (cf. fig. 1). Plus de 80% des participants considèrent cette phase comme un défi important, voire très important. Différentes mesures, comme l'adaptation des conditions d'embauche, sont mises en œuvre pour améliorer l'attractivité des entreprises en tant qu'employeur et ainsi atténuer les problèmes de recrutement.

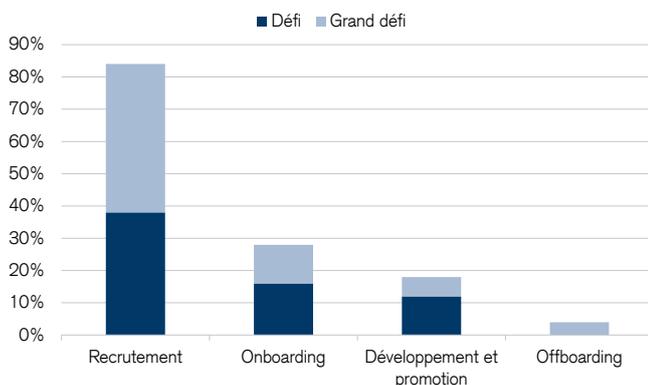
Environ un quart des sondés estime que l'intégration ciblée des nouveaux collaborateurs («onboarding») se révèle difficile ou très difficile. Le développement et la promotion ainsi que la fin de la relation de travail («offboarding»), sont en revanche souvent perçus comme peu problématiques.

## La branche en quête de nouvelles approches

Au vu de la situation tendue sur le marché de l'emploi, certaines entreprises du commerce de détail et des biens de consommation empruntent de nouvelles voies pour attirer et fidéliser leurs collaborateurs. La synthèse des réponses aux 22 approches, concepts et idées proposés aux commerçants et fabricants a permis d'établir qu'une culture de management basée sur la reconnaissance et l'estime est jugée comme absolument essentielle (cf. fig. 2). Les modèles de travail permettant une flexibilité temporelle et/ou géographique, un environnement de travail attrayant et les possibilités de formation et de perfectionnement sont également considérés comme efficaces. Le développement et l'amélioration de la propre marque employeur sont considérés comme cruciaux dans le commerce comme dans l'industrie.

**Fig. 1: Évaluation de la situation pendant l'«employee journey»**

Part des décideurs dans le commerce estimant que la situation dans leur propre entreprise et domaine de responsabilité constitue un grand, voire très grand défi (n=52)



Source: Fuhrer & Hotz

**Fig. 2: Évaluation des différentes mesures de recrutement et de fidélisation des collaborateurs**

Six réponses les plus fréquentes sur la base d'un catalogue de 22 approches/concepts/ idées proposés (n=commerce: 49, industrie: 88 / réponses multiples possibles)



Source: Fuhrer & Hotz

Il est intéressant de constater que les décideurs suisses semblent peu convaincus de l'efficacité de mesures comme le partage de postes de travail («jobsharing»), les contrats à durée déterminée par exemple pour les étudiants ou encore la recherche plus ciblée de candidats d'autres horizons professionnels et secteurs. Notons aussi que les approches stratégiques visant à considérer tous les aspects et toutes les expériences des collaborateurs («employee experience») dans leur globalité sont encore peu développées au sein de la branche.

## La marque employeur reste essentielle

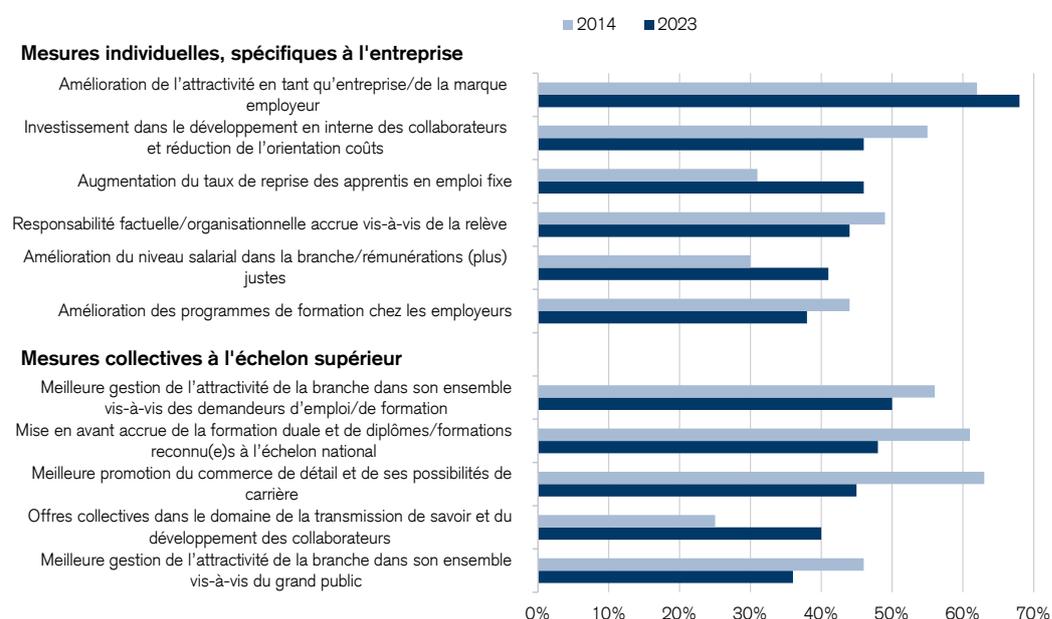
Comme l'ont montré l'édition 2014 du Retail Outlook et notre analyse actuelle «Relève insuffisante, nouvelles entrées en berne» (cf. page 10), la branche du commerce de détail est soumise à rude pression lorsqu'il s'agit d'attirer une relève qualifiée et les jeunes talents. Une multitude de mesures et d'initiatives, tant à l'échelon individuel des entreprises qu'à celui des organisations et fédérations du secteur, ont vu le jour pour tenter de lutter contre cette pénurie.

Comme lors de notre enquête d'il y a neuf ans, les décideurs du commerce de détail sont convaincus que le succès passe obligatoirement par une attractivité maximale des entreprises en tant qu'employeurs (cf. fig. 3). En deuxième et troisième positions sont ensuite cités des investissements plus ciblés ou supplémentaires dans le développement des collaborateurs et un taux de reprise plus élevé des apprentis. À l'instar de salaires/avantages mieux adaptés, ce dernier critère est jugé nettement plus souvent efficace ou très efficace qu'en 2014.

Les résultats à l'échelon collectif laissent en outre penser qu'une certaine forme de déception s'est généralisée quant à la faisabilité et l'efficacité de certaines mesures. À une exception près (mesures interentreprises dans le domaine de la transmission du savoir et du développement des collaborateurs), toutes les mesures proposées trouvent en effet moins d'écho que lors de la précédente enquête. Aujourd'hui, c'est une meilleure promotion et présentation de l'entreprise vis-à-vis des apprentis et demandeurs d'emploi qui est le plus souvent citée en tant que mesure efficace ou très efficace (par environ la moitié des décideurs dans le commerce de détail).

**Fig. 3: Mesures efficaces dans le domaine de la relève**

Part des décideurs dans le commerce jugeant la mesure respective efficace ou très efficace (n=46 en 2023 et 73 en 2014)



Source: Fuhrer & Hotz

## Peu ou pas d'évolution attendue s'agissant des effectifs

Si l'automatisation et la digitalisation croissantes dans le commerce de détail entraînent la suppression de nombreux emplois, d'autres professions et profils de poste voient le jour. Pour une grande partie des décideurs (46%), ces évolutions ne vont pas entraîner de modification notable du nombre total de salariés au sein de la branche d'ici à 2030 (cf. fig. 4). Un tiers table sur une diminution légère à importante et 20% anticipent au contraire une hausse modérée des besoins en personnel à moyen terme.

## Le défi de la relève

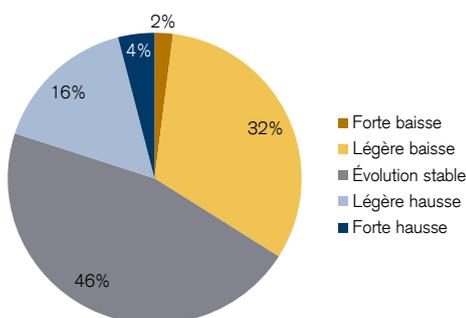
Indépendamment du nombre de salariés, le rôle et les capacités des collaborateurs restent essentiels pour une branche aussi axée sur les besoins des clients que le commerce de détail. Dans ce contexte, comment les décideurs du secteur voient-ils leurs propres collaborateurs s'agissant des exigences et des compétences qui seront indispensables à l'avenir? La figure 5 révèle que la génération du baby-boom (personnes nées en 1964 et avant) est considérée comme la plus hermétique aux futures compétences et exigences, tandis que les générations X, Y et surtout Z sont jugées plus ouvertes en la matière. Fait notable, près de 50% des sondés estiment que leurs collaborateurs nés autour du changement du millénaire (génération Z et apprentis) ont une approche neutre, voire réfractaire. Cette circonspection vis-à-vis de la nouveauté est-elle liée à une modification de la perception des valeurs souvent prêtée à cette génération? Difficile à dire.

## Perspectives

Les acteurs du marché disposent de toute une série d'outils pour améliorer l'attractivité de la branche et des employeurs. Parmi les éléments essentiels figurent toujours un rayonnement particulier et le positionnement sur le marché. Une fois l'intérêt éveillé, le processus de candidature et d'embauche doit ensuite être le plus simple, rapide et transparent possible. Estime et flexibilité des horaires de travail sont deux autres facteurs clés dans le cadre de l'«employee journey». Pour avoir du succès, les entreprises se doivent de comprendre (encore mieux) les besoins de leurs collaborateurs et de voir les choses de la perspective des nouvelles générations, afin d'appréhender leurs attentes, leurs priorités et leur vision de leur propre activité professionnelle. Les entreprises disposant d'une organisation traditionnelle devront sans doute changer de paradigme en matière de flexibilité des horaires de travail et d'équilibre entre vie privée et professionnelle.

**Fig. 4: Évolution prévue de l'emploi dans le commerce de détail d'ici 2030**

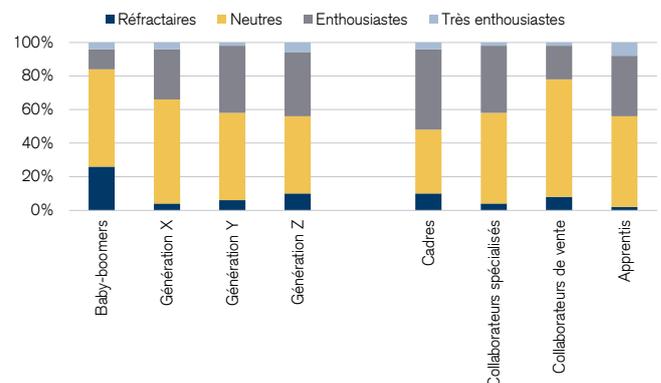
Part des réponses à la question «Quelle sera l'évolution des besoins en personnel au sein du commerce de détail jusqu'en 2030?» (n=50)



Source: Fuhrer & Hotz

**Fig. 5: Point de vue vis-à-vis des futures capacités et exigences**

Part des réponses à la question «Selon vous, quelle est l'attitude des collaborateurs de votre entreprise s'agissant des capacités et exigences qui seront demandées à l'avenir?» (n=50)



Source: Fuhrer & Hotz

## Situation dans le monde

En Europe et dans d'autres pays industrialisés, la réputation historique du commerce de détail en tant qu'employeur est bien souvent mauvaise et le secteur a par conséquent beaucoup de mal à attirer du personnel motivé et de jeunes talents souhaitant y faire carrière. En France, une étude menée l'année dernière auprès de cadres de la branche a révélé que 70% des sondés estimaient que le principal frein à la croissance de leur entreprise était la pénurie de main-d'œuvre. Au Danemark, où le commerce de détail affiche les plus mauvais résultats en matière d'attractivité, 46% des personnes interrogées dans le cadre d'un récent sondage jugent une carrière au sein de la branche peu attractive. En Espagne, où le commerce de détail est souvent considéré comme la «moins pire des mauvaises options» malgré un chômage important, les grandes enseignes comme Inditex, El Corte Inglés, Mango ou encore Mercadona parviennent néanmoins à attirer des collaborateurs, parce qu'elles sont très populaires et considérées comme des entreprises efficaces offrant la sécurité de l'emploi.

En Grande-Bretagne, où la main-d'œuvre fait également défaut dans le commerce de détail, le problème de réputation de la branche n'est pas seulement lié à ses inconvénients inhérents, mais aussi à la culture managériale britannique. Celle-ci est fortement marquée par les consignes émises par les centrales (contrairement aux États-Unis par exemple), qui laissent peu de marge de manœuvre et d'épanouissement à l'échelon des succursales et points de vente. Une autre raison est l'explosion du nombre de postes mal payés du fait de l'essor de l'e-commerce. Paradoxalement, Aldi et Lidl semblent particulièrement efficaces dans la «lutte pour les talents», tant en Grande-Bretagne qu'en Allemagne. Les deux discounters, qui ont beaucoup investi dans le recrutement et leur marque employeur, versent des salaires supérieurs à la moyenne non seulement aux diplômés universitaires dans le domaine de l'économie, mais aussi de plus en plus à leurs experts en informatique.

En Australie, une enquête menée auprès des salariés du commerce stationnaire a révélé qu'ils devaient non seulement composer avec la concurrence du commerce en ligne, mais se sentaient aussi sous pression du fait des compétences techniques exigées dans le sillage de la digitalisation ainsi que du contrôle et de la surveillance accrus exercés par leur employeur. Mais les commerçants affichant un positionnement traditionnel ou conservateur peuvent aussi avoir du succès, comme le démontre l'exemple Trader Joe's aux États-Unis. Appartenant au groupe Aldi, cette chaîne de magasins alimentaires se démarque par sa différence et jouit auprès de ses «crew members» (c.-à-d. ses collaborateurs) et dans le reste de la branche d'une excellente réputation depuis de nombreuses années, notamment grâce à une culture d'entreprise unique en son genre et aux avantages qu'elle offre en matière de couverture santé.

Les évolutions qui se dessinent à l'échelle mondiale semblent indiquer que les acteurs internationaux du commerce de détail ont compris qu'ils devaient améliorer leur attractivité en tant qu'employeurs, surtout auprès des générations plus jeunes, et adapter leur approche en matière de recrutement et de fidélisation des collaborateurs. Citons à titre d'exemple la maison de prêt-à-porter allemande Gerry Weber, qui pour améliorer la flexibilité et répondre aux besoins individuels de ses collaborateurs a récemment annoncé l'initiative «Travaille comme tu veux». Dans cette expérimentation qui commence en janvier 2023, les salariés peuvent eux-mêmes décider s'ils souhaitent travailler quatre ou cinq jours par semaine.

# Perspectives en demi-teinte dans un contexte difficile

**La croissance helvétique devrait se ralentir dans le sillage d'un assombrissement de la conjoncture mondiale en 2023. Un marché de l'emploi toujours stable, une légère progression des salaires réels et l'immigration devraient toutefois s'inscrire en soutien du commerce de détail.**

## Faible croissance économique

Les perspectives conjoncturelles se sont assombries à la fin 2022 et cette situation va perdurer en 2023. Le risque de récession a nettement augmenté dans la zone euro et aux États-Unis. Le tassement généralisé de la croissance à l'étranger impacte les perspectives pour l'industrie d'exportation et il faut notamment s'attendre à une baisse de la demande dans la zone euro, si importante pour la Suisse. Notre pays devrait toutefois pouvoir éviter d'entrer en récession et nous tablons sur une progression de 1% du produit intérieur brut (PIB) cette année.

## Inflation en baisse

L'inflation devrait avoir dépassé son zénith et atteindre en moyenne 1,5% en 2023 (cf. fig. 1). L'impact de la hausse du prix du pétrole sur le renchérissement devrait s'atténuer progressivement. De plus, les difficultés d'approvisionnement se résorbent dans l'industrie, ce qui va encore faire baisser la pression inflationniste sur les biens de consommation. Les ménages devront cependant composer avec l'augmentation des primes d'assurance-maladie (+6,6%), des charges pour leur logement et des taux hypothécaires en 2023, qui vont peser sur le revenu disponible.

## Marché de l'emploi stable et progression des salaires réels attendus

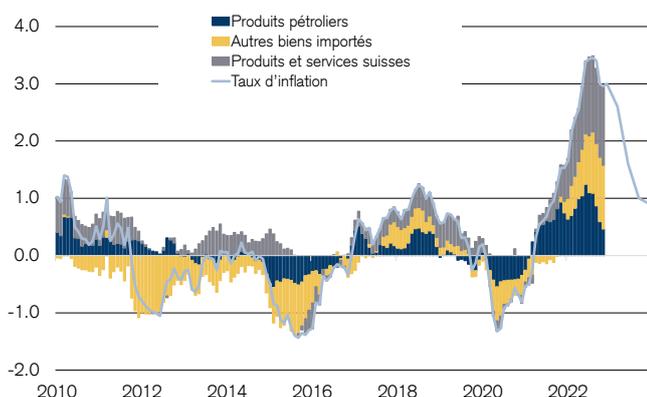
Le marché de l'emploi devrait en revanche rester stable et continuer de jouer son rôle de moteur de la consommation. Au vu de la montée des incertitudes conjoncturelles et du ralentissement économique qui se dessine, le chômage n'est toutefois guère susceptible de reculer davantage. Cela dit, nous ne tablons pas non plus sur une brusque hausse et anticipons un taux de chômage de 2,2% en 2023. L'assèchement du marché de l'emploi et l'inflation vont selon nos estimations se traduire par une augmentation de 2,3% des salaires nominaux. Déduction faite de notre prévision d'inflation de 1,5%, il en résulte une progression des salaires réels de +0,8%, qui devrait aussi s'inscrire en soutien du pouvoir d'achat, de la consommation et du commerce de détail.

## L'immigration devrait continuer d'augmenter

La croissance démographique est également un facteur essentiel pour le commerce de détail, et notamment l'immigration nette: ces dernières années, celle-ci a en moyenne contribué à plus d'un quart de la hausse de la consommation. Et comme l'immigration a tendance à augmenter lorsque la croissance économique en Europe est moins élevée que dans notre pays, nous pensons qu'elle

**Fig. 1: Repli de l'inflation attendu en 2023**

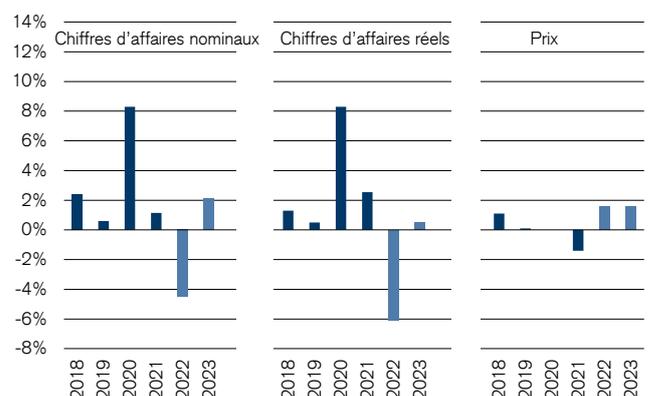
Taux d'inflation et contributions, en %



Source: Office fédéral de la statistique, Credit Suisse  
Dernières données: novembre 2022, ensuite prévisions Credit Suisse

**Fig. 2: Chiffres d'affaires à nouveau en hausse dans le segment alimentaire/near food**

Segment alimentaire/near food: chiffres d'affaires et prix, variation en glissement annuel, à partir de 2022: prévisions Credit Suisse



Source: GfK, Credit Suisse

restera robuste en 2023 (environ 70 000 personnes) en dépit de la dégradation conjoncturelle. En tenant compte des réfugiés accueillis sur notre sol en 2022, qui apparaîtront dans les chiffres de la population étrangère résidante permanente après une durée de séjour de 12 mois, la population suisse devrait croître de 1,5% en 2023 (+0,9% hors statut de protection S).

### Le tourisme d'achat devrait encore progresser

Le tourisme d'achat va sans doute continuer de progresser en 2023 et passer au-dessus de ses niveaux pré-pandémiques dans toutes les régions. L'écart d'inflation vis-à-vis des pays voisins devrait demeurer important, puisque le renchérissement va reculer plus rapidement en Suisse qu'à l'étranger, ce qui constituera – comme en 2022 – un obstacle pour certains consommateurs plus sensibles aux prix. Nous pensons que la paire de devises EUR/CHF restera sous la parité et que le pouvoir d'achat des consommateurs suisses à l'étranger demeurera élevé en dépit de l'écart d'inflation. Le commerce de détail helvétique devra donc composer avec une fuite de la demande vers l'étranger, ce qui impactera ses chiffres d'affaires.

### L'immigration s'inscrit en soutien de l'alimentaire

Le potentiel de consommation devrait donc demeurer important dans notre pays, ce qui profitera au commerce de détail. Un repli des chiffres d'affaires dans les mêmes proportions que l'année dernière semble donc peu probable. Au vu du tassement conjoncturel, nous ne tablons toutefois pas non plus sur une croissance marquée des chiffres d'affaires. Le segment alimentaire/near food va surtout profiter de l'immigration, raison pour laquelle nous attendons ici une légère progression réelle de 0,5%. Le renchérissement des produits alimentaires va selon nous se poursuivre en 2023, mais le rythme devrait ralentir au cours de l'année (+1,6%). De ce fait, les chiffres d'affaires nominaux devraient donc augmenter d'environ 2,1% (cf. fig. 2).

### Évolution stable dans le non alimentaire

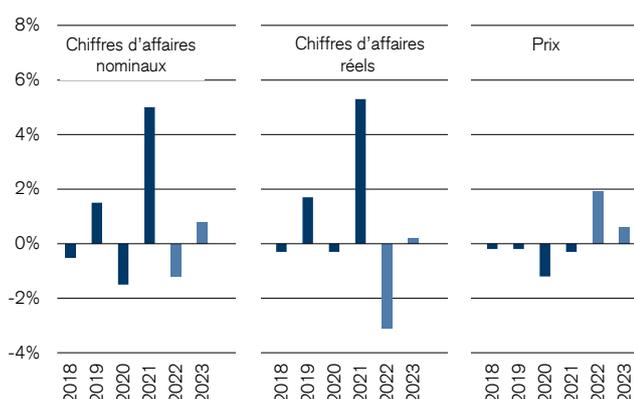
Dans le non alimentaire, le segment des loisirs continuera sans doute d'enregistrer une croissance du chiffre d'affaires, mais moins marquée que l'année passée, la consommation de rattrapage s'affaiblissant ici aussi. Dans le secteur ménage et habitat, les coûts des intrants devraient se normaliser progressivement et donc faire baisser les prix. Les effets spéciaux négatifs, comme la saturation de la demande, semblent en outre s'atténuer. La consommation de rattrapage devrait continuer à ralentir dans le segment vêtements et chaussures. Nous ne nous attendons pas à ce que les chiffres d'affaires de ce secteur renouent avec leurs niveaux pré-pandémiques. Nous tablons sur une évolution stable dans les autres segments du non alimentaire. Malgré la détérioration de la situation conjoncturelle et du climat de consommation, le robuste marché de l'emploi, la légère augmentation du pouvoir d'achat et l'immigration devraient en effet s'inscrire en soutien du secteur. Nous anticipons une hausse des chiffres d'affaires nominaux d'environ 0,8% (cf. fig. 3).

### Poursuite de la mutation structurelle

Nous partons du principe que la mutation structurelle va se poursuivre sur le front des canaux de vente. L'e-commerce va rester populaire et sa part dans le total des chiffres d'affaires du commerce de détail devrait demeurer stable en 2022 selon nos prévisions. Malgré l'absence de fortes poussées de croissance comme pendant la pandémie, nous pensons que l'évolution des chiffres d'affaires du commerce en ligne demeurera positive en 2023 (cf. fig. 4).

**Fig. 3: Stabilisation des chiffres d'affaires réels dans le non alimentaire en 2023**

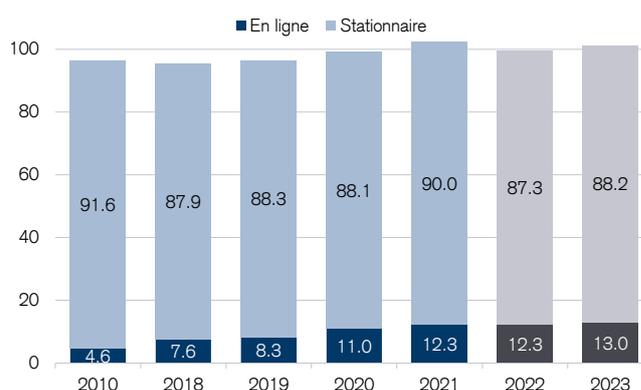
Segment non alimentaire: chiffres d'affaires et prix, variation en glissement annuel, à partir de 2022: prévisions Credit Suisse



Source: GfK, Credit Suisse

**Fig. 4: Légère progression des chiffres d'affaires de l'e-commerce attendue**

Chiffres d'affaires nominaux estimés en mrd CHF en Suisse, par canal de vente, à partir de 2022: prévisions Credit Suisse



Source: GfK, Monitoring Consumption Switzerland, Credit Suisse

# Bilan mitigé pour 2022

**Du fait des années de pandémie ayant précédé, la planification s'est révélée ardue en 2022 et différents scénarios – avec et sans confinement – ont dû être mis au point. La majorité des top décideurs a bien anticipé l'évolution et au moins atteint les chiffres d'affaires budgétisés; 43% sont restés en dessous des attentes.**

## Plus de 130 top décideurs interrogés

À l'automne 2022 (de septembre à novembre), Fuhrer & Hotz – Excellence in Retailing a interrogé plus de 130 top décideurs quant à la marche actuelle de leurs affaires et leur planification pour l'année budgétaire 2023. Les réponses fournies pendant ce sondage entrent pour la 15<sup>e</sup> fois consécutive dans l'élaboration de la présente analyse. Plus de deux tiers des sondés font partie de la direction d'entreprises de commerce leaders en Suisse ainsi que de fournisseurs importants de l'industrie (fabricants) dans les segments de l'alimentaire/near food et du non alimentaire. La moitié des participants à l'enquête occupent un poste dans le domaine de la vente et/ou du marketing.

## Degré d'atteinte des objectifs (de nouveau) dans la moyenne à long terme

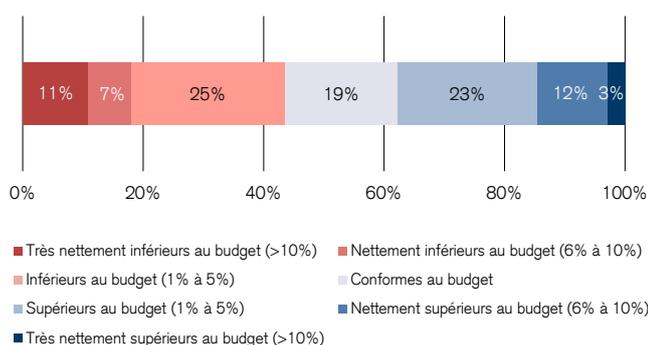
2020 et 2021 ont été fortement marquées par la pandémie, ce qui a rendu la budgétisation particulièrement complexe. Une normalisation progressive s'est dessinée à partir de la fin 2021, aussi en matière de comportement d'achat des consommateurs. Vint ensuite l'imprévisible, avec l'invasion de l'Ukraine par la Russie en février 2022 et toutes les conséquences qui l'ont accompagné. Les taux d'inflation ont atteint des niveaux records dans de nombreux pays, ce qui est venu s'ajouter aux difficultés d'approvisionnement. La branche a donc de nouveau dû faire face à une situation difficile en 2022, rendant une budgétisation adéquate presque impossible. 57% des entreprises sont néanmoins parvenues à atteindre leurs objectifs minimums de chiffres d'affaires, tandis que 43% sont restées en deçà des attentes (cf. fig. 1). Le nombre de sociétés ayant clôturé dans le budget planifié ou au-dessus a baissé par rapport à l'année précédente. La part des commerçants et fabricants qui ont manqué leurs objectifs a donc nettement augmenté (43% en 2022 contre 28% en 2021). Et si le renchérissement dans de nombreuses catégories du commerce de détail helvétique n'avait pas entraîné une hausse des prix, cette part aurait sans doute été encore plus élevée. Comme l'inflation ne se répercute pas immédiatement et intégralement sur les prix, la pression s'est aussi accrue sur les bénéfices et 50% des entreprises sont de ce fait restées à la traîne de leur planification, parfois très nettement (cf. fig. 2).

## Atteinte des objectifs plus fréquente chez les commerçants que chez les fabricants

La comparaison du degré d'atteinte des objectifs entre commerçants et fabricants est sans appel. Les commerçants ont clairement devancé leurs partenaires de l'industrie tant en matière de chiffres d'affaires (62% contre 53%) que de bénéfices (71% contre 41%). L'écart au niveau des bénéfices n'a jamais été aussi important ces dernières années (cf. fig. 4), tandis que les chiffres d'affaires révèlent quelques petites différences, mais pas d'anomalie notable sur le long terme (cf. fig. 3).

**Fig. 1: Chiffres d'affaires 2022 majoritairement dans le budget ou au-dessus**

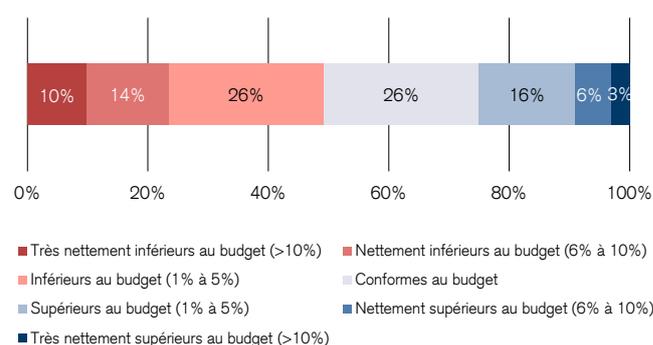
Chiffres d'affaires par rapport au niveau budgétisé, part de réponses en %, n=138



Source: Fuhrer & Hotz

**Fig. 2: 50% ont manqué leurs objectifs de bénéfices en 2022**

Bénéfices par rapport au niveau budgétisé, part de réponses en %, n=138



Source: Fuhrer & Hotz

### Segment alimentaire/near food majoritairement en dessous des attentes de bénéfices

Les deux segments du commerce de détail sont proches en matière d'atteinte des objectifs de chiffres d'affaires et de bénéfices. 58% des entreprises du segment alimentaire/near food ont au moins atteint leurs objectifs de chiffres d'affaires en 2022: 20% sont restées dans le budget et 38% l'ont dépassé. Cette proportion est remarquable, puisque la budgétisation pour 2022 s'est révélée particulièrement complexe après deux années record, placées sous le signe de la pandémie et de la fermeture temporaire du secteur de l'hôtellerie/restauration. Avec 17% dans le budget et 38% au-dessus, les acteurs du non alimentaire atteignent une part de 55% et ne sont donc qu'à trois points de pourcentage de leurs collègues (cf. fig. 3). Sur le front des bénéfices, c'est le segment du non alimentaire qui devance d'une courte tête. 29% des acteurs sont restés dans le budget et 24% l'ont dépassé, soit un total de 53%, contre 49% dans l'alimentaire/near food (23% dans le budget et 26% au-dessus). Moins de la moitié des entreprises a donc ici été en mesure d'atteindre les objectifs fixés. À l'exception de la fatidique année 2015, il s'agit du taux le plus faible jamais enregistré, ce qui montre clairement que l'intégration de l'inflation dans l'équation est loin d'être chose aisée (cf. fig. 4).

### Chiffres d'affaires en ligne bien meilleurs qu'anticipé, surtout dans l'alimentaire/near food

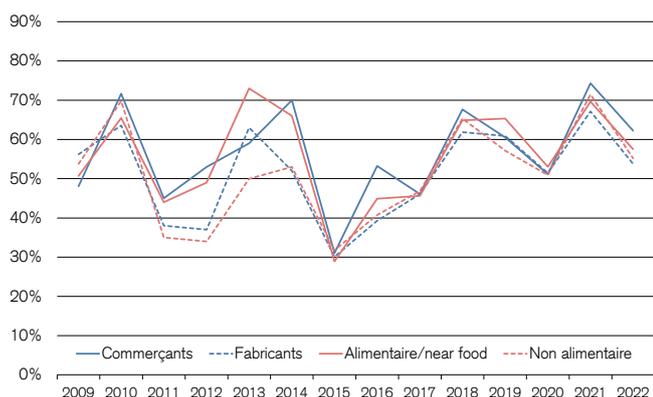
Le déplacement des chiffres d'affaires vers le canal en ligne a connu une progression historique pendant la pandémie. En 2019, les chiffres d'affaires réalisés en ligne atteignaient 10,3 mrd CHF selon GfK (2,0 mrd CHF auprès de vendeurs à l'étranger et 8,3 mrd chez des e-commerçants suisses), soit une croissance de 8,4% par rapport à l'année précédente. Avec un bond de 27,2% en 2020, les chiffres d'affaires en ligne ont ensuite atteint un pic à 13,1 mrd CHF, avant de presque retrouver leurs taux de croissance pré-pandémiques à 9,9% en 2021. Les 14,4 mrd CHF (2,1 mrd à l'étranger et 12,3 mrd en Suisse) ont fait augmenter la part du canal en ligne dans le total des chiffres d'affaires du commerce de détail, même si les ventes stationnaires y représentent toujours plus de 80%. En 2022, pour la première fois, un plus grand nombre de commerçants interrogés disposant à la fois de leurs propres magasins et d'une boutique en ligne ont pu atteindre leur budget de chiffre d'affaires pour le commerce stationnaire (66%) que celui pour le secteur en ligne (58%). Les principaux responsables de ce renversement de tendance sont en premier lieu les commerçants du secteur non alimentaire, 51% d'entre eux ayant pu au minimum atteindre les budgets du commerce en ligne. Par ailleurs, les détaillants alimentaires semblent encore sous-estimer le potentiel du canal en ligne: ils sont pas moins de 70% à avoir au minimum atteint les budgets.

### Baisse des chiffres d'affaires et des bénéfices en glissement annuel pour de nombreuses entreprises

La budgétisation pour l'année 2022 s'est donc révélée réussie. L'approche offensive ou défensive adoptée par les entreprises peut être extrapolée en comparant directement les chiffres d'affaires et bénéfices effectivement réalisés au cours des années 2022 et 2021. Si une majorité de top décideurs pouvait se réjouir d'une augmentation des chiffres d'affaires l'année précédente, cette part n'atteint actuellement plus que 48%. Chez 7%, les chiffres d'affaires ont été égaux, tandis que 45% ont enregistré un repli. Cette dichotomie s'observe dans tous les segments (commerçants et fabricants, alimentaire/near food et non alimentaire). 2022 a donc vu de nombreux gagnants et perdants sur le front des chiffres d'affaires, y compris au sein d'un même segment. Cela témoigne sans doute de certaines évolutions en termes de parts de marché et de valeurs. La situation est même encore un peu plus négative concernant les bénéfices. Seuls 36% des acteurs ont pu les augmenter, 13% les ont égaux et 51% – soit une majorité – ont enregistré un repli. Pour 12% des entreprises, ce recul était même supérieur à 10% par rapport à 2021.

Fig. 3: Atteinte des objectifs moyenne en comparaison à long terme

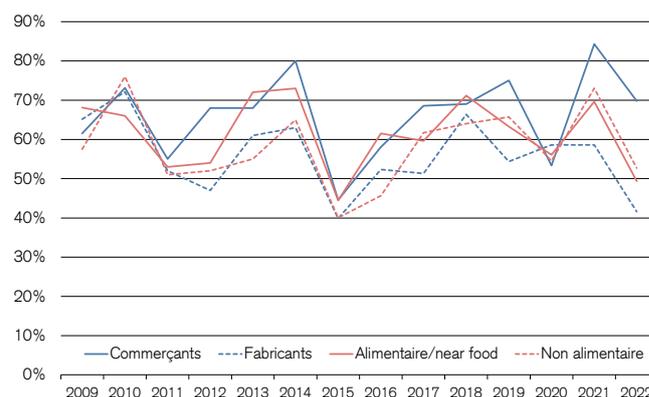
Part des entreprises qui ont atteint ou dépassé leurs objectifs de chiffres d'affaires, n=138



Source: Fuhrer & Hotz

Fig. 4: Atteinte des objectifs de bénéfices plus fréquente chez les commerçants que chez les fabricants

Part des entreprises qui ont atteint ou dépassé leurs objectifs de bénéfices, n=138



Source: Fuhrer & Hotz

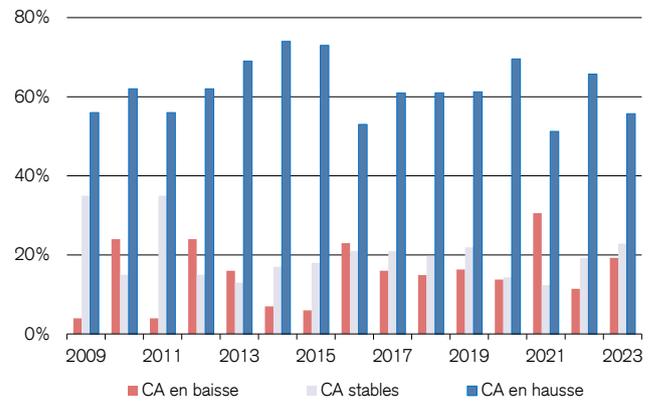
# Résultats de l'enquête de Fuhrer & Hotz: Prévisions pour 2023

## Planification pour 2023 marquée par la prudence

57% des entreprises anticipent une progression de leurs chiffres d'affaires par rapport à l'année précédente en 2023. Cette part se révèle assez basse par rapport aux niveaux des années précédentes. 23% aspirent seulement à maintenir leurs chiffres d'affaires – la proportion la plus élevée depuis 2011. La branche ne part donc pas du principe que 2023 sera une année exceptionnelle. Ce sont les acteurs du segment alimentaire/near food qui se montrent les plus optimistes (63% tablent sur une croissance de leurs chiffres d'affaires). La prudence est encore plus évidente sur le front des bénéficiaires, où seulement 39% des entreprises s'attendent à des progressions par rapport à 2022.

## Prévisions de chiffres d'affaires 2009 à 2023

Chiffre d'affaires budgétisé en 2023 par rapport au CA 2022, en %; n=138



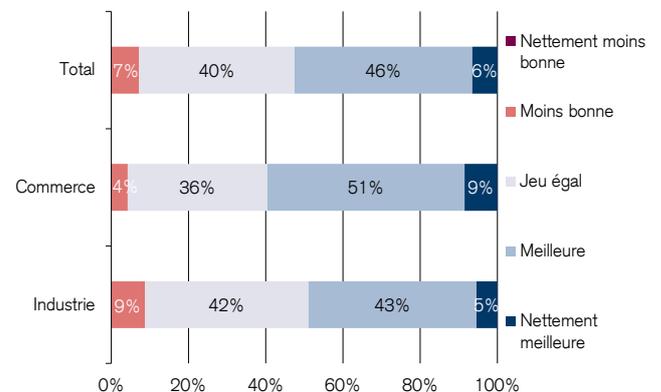
Source: Fuhrer & Hotz

## Une courte majorité se voit devancer la concurrence

La circonspection des top décideurs par rapport aux années précédentes se reflète aussi dans l'évaluation de la position de la propre entreprise face à la concurrence. Plus de la moitié des sociétés (52%) se voit en position de force – alors que cette part atteignait 61% en 2022. Les fabricants sont particulièrement prudents, puisque 48% pensent disposer d'un avantage concurrentiel, contre 60% des commerçants. L'année 2022 particulièrement éprouvante pour les fabricants a donc laissé des traces et quelque peu miné la confiance, surtout parmi les acteurs de l'alimentaire/near food (seulement 47% estiment devancer leurs concurrents).

## Performance en comparaison avec la concurrence en 2023

Performance face aux concurrents directs en 2023, en %; n=138



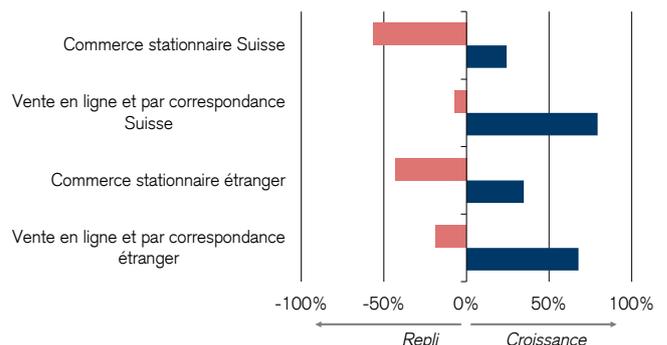
Source: Fuhrer & Hotz

## E-commerce et vente par correspondance suisses avec la plus forte croissance

Les top décideurs s'attendent à une poursuite du déplacement des chiffres d'affaires du stationnaire vers l'e-commerce en 2023. Et ce sont les acteurs basés en Suisse qui devraient en profiter le plus. 80% tablent en effet sur une croissance des chiffres d'affaires des vendeurs en ligne ou par correspondance suisses, contre seulement 68% pour leurs concurrents à l'étranger. L'examen des chiffres d'affaires pronostiqués dans le commerce stationnaire laisse présager un repli tant en Suisse qu'à l'étranger. 57% des experts anticipent un tel repli en Suisse et 43% à l'étranger – seulement 35% prévoient une progression.

## Évolution de la demande en Suisse et à l'étranger en 2023

Évolution de la demande des consommateurs suisses 2023 vs 2022 du point de vue des fournisseurs, en %; n=138



Source: Fuhrer & Hotz

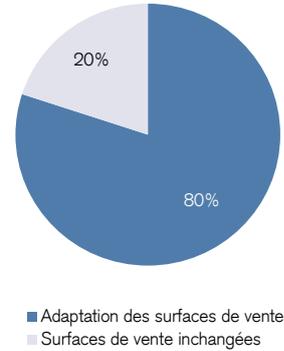
# Résultats de l'enquête de Fuhrer & Hotz: Prévisions pour 2023

## Adaptation des surfaces pour une large majorité

Pour la quatrième fois consécutive, des questions spécifiques ont été posées aux CEO des principaux détaillants suisses afin de recenser leurs projets en matière de surfaces de vente. Pas moins de 80% des chefs d'entreprise prévoient d'adapter leurs surfaces cette année, soit un niveau particulièrement élevé pour la troisième année consécutive. Avant la pandémie (planification fin 2019 pour l'année suivante), seulement 53% faisaient état de tels projets. Tous les représentants de l'alimentaire/near food augmentent leurs surfaces de vente – principalement par de nouvelles ouvertures. À l'opposé, la fermeture de certains sites est prévue dans le non alimentaire.

## Modification prévue des surfaces de vente en 2023

Adaptation planifiée des surfaces de vente en 2023, en %; n=15



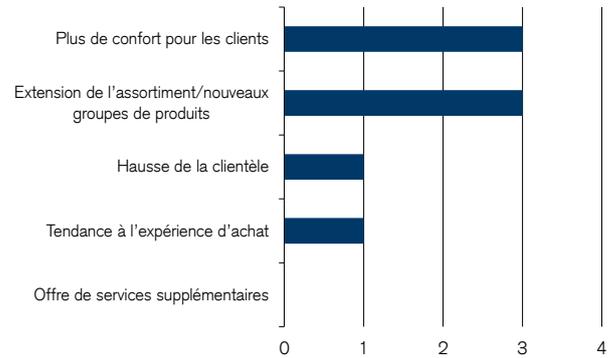
Source: Fuhrer & Hotz

## Plus d'espace pour les produits et le confort

Les CEO citent deux raisons principales pour l'expansion de leurs surfaces de vente. Dans l'alimentaire/near food, il s'agit de créer plus d'espace pour agrandir l'assortiment ou intégrer de nouveaux groupes de produits. L'objectif est ici de profiter de manière optimale des atouts haptiques du commerce stationnaire et de la disponibilité immédiate des produits. Dans le non alimentaire, l'expansion doit surtout permettre d'améliorer le confort des clients et ainsi les inciter à retrouver le chemin des points de vente physiques. Plusieurs détaillants omnicanaux ont opté pour cette approche avec leurs show-rooms.

## Principales raisons de l'expansion des surfaces de vente

Motifs principaux invoqués par les CEO pour expliquer l'expansion des surfaces de vente; nombre de réponses; n=8



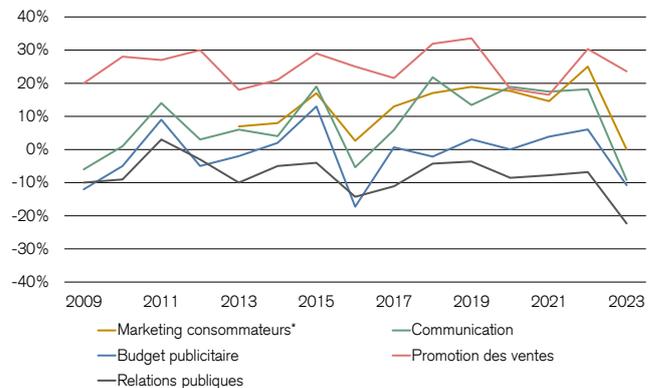
Source: Fuhrer & Hotz

## Redistribution du budget communication

Les bénéfices en baisse dans de nombreuses entreprises en 2022 semblent avoir eu une répercussion directe sur les activités de marketing. Même si la part du budget destiné au marketing consommateurs n'a pas changé (après avoir été augmentée l'année précédente), les budgets de communication font l'objet de redistributions assez conséquentes. La part prévue pour la publicité et les relations publiques diminue, tandis que celle des activités de promotion des ventes augmente. L'optimisation de la fréquentation semble ici un objectif prioritaire.

## Évolution des budgets marketing

Solde des réponses positives (augmentation) et négatives (réduction), en %; n=138



\* recensé depuis 2013  
Source: Fuhrer & Hotz

# Prévisions et indicateurs

## Prévisions relatives à l'économie suisse

	T1 2022	T2 2022	T3 2022	T4 2022	2022	2023
PIB (réel, en glissement annuel, en %)	4.4	2.2	0.5	0.9	2.0	1.0
Consommation privée (réelle, en glissement annuel, en %)	7.0	4.3	2.5	2.5	4.0	1.4
Consommation publique	2.0	1.5	0.9	1.3	1.4	1.1
Formation brute de capital fixe	1.4	0.2	0.6	0.4	0.6	0.6
Investissements de construction	-3.4	-2.7	-6.2	-1.8	-3.5	-0.5
Investissements d'équipement	3.7	1.7	4.1	1.5	2.7	1.1
Exportations (marchandises et prestations)	12.0	8.6	6.2	-1.0	6.2	3.0
Importations (marchandises et prestations)	9.0	6.2	7.3	3.0	6.3	2.5
Inflation (en %)	2.1	3.0	3.4	3.0	2.9	1.5
Chômage (en %)	2.3	2.2	2.1	2.0	2.2	2.2
Croissance annuelle de l'emploi EPT (en %)	3.0	3.2	2.4	1.7	2.6	0.7
Croissance annuelle des salaires nominaux (en %)					1.5	2.3
Immigration nette					75'000	70'000

Source: Office fédéral de la statistique, Secrétariat d'Etat à l'économie SECO, Credit Suisse

T4 2022: estimations Credit Suisse; 2023: prévisions Credit Suisse

## Prévisions relatives au commerce de détail suisse

Chiffres d'affaires (nominaux; en glissement annuel, en %)	T1 2022	T2 2022	T3 2022	T4 2022	2022	2023
Commerce de détail total	-4.9	-5.4	0.6	-0.3	-2.6	1.5
Alimentaire/near-food	-8.7	-7.1	-0.1	-1.7	-4.5	2.1
Non alimentaire	0.9	-4.8	1.7	-2.3	-1.2	0.8
Vêtements et chaussures	18.4	2.4	-1.8	-11.0	1.1	
Soins personnels	6.0	4.1	5.1	7.9	5.8	
Ménage et habitat	-2.1	-10.9	-0.4	2.6	-2.9	
Électronique grand public	-5.8	-5.6	0.2	2.9	-2.2	
Bricolage, jardinage et accessoires automobiles	-8.8	-8.1	3.9	-1.7	-3.9	
Loisirs	15.7	-1.4	7.9	-0.8	4.8	

Prix (en glissement annuel, en %)	T1 2022	T2 2022	T3 2022	T4 2022	2022	2023
Commerce de détail total	0.2	1.4	2.3	3.2	1.8	1.2
Alimentaire/near-food	-0.7	1.0	2.4	4.1	1.6	1.6
Non alimentaire	1.0	1.9	2.3	2.3	1.9	0.6
Vêtements et chaussures	0.3	1.6	3.2	2.9	2.0	
Soins personnels	-2.0	-1.5	-0.9	-0.8	-1.3	
Ménage et habitat	5.9	8.0	8.6	8.4	7.7	
Électronique grand public	1.6	1.3	-0.1	-0.2	0.7	
Bricolage, jardinage et accessoires automobiles	2.7	4.4	5.2	5.8	4.5	
Loisirs	0.9	1.1	1.1	1.1	1.1	

Source: GfK, Office fédéral de la statistique, Credit Suisse

T4 2022: estimations Credit Suisse; 2023: prévisions Credit Suisse

## Résultats de l'enquête relative au commerce de détail

Légende: ↗ = plus élevé/meilleur/plus que l'année précédente; → = similaire à l'année précédente; ↘ = plus faible/pire/moins que l'année précédente

	Commentaire	Perspectives
Prévisions de chiffres d'affaires et de bénéfices pour 2023	57% des entreprises anticipent une progression de leurs chiffres d'affaires par rapport à l'année précédente en 2023. La prudence est encore plus évidente sur le front des bénéfices, où seulement 39% des entreprises s'attendent à des progressions par rapport à 2022.	↘
Compétitivité en 2023	Une courte majorité (52%) des décideurs se voit en position de force par rapport à la concurrence directe.	↘
Surfaces de vente en 2023	80% des chefs d'entreprise prévoient d'adapter leurs surfaces de vente en 2023. Tous les représentants de l'alimentaire/near food augmentent leurs surfaces – principalement par de nouvelles ouvertures. À l'opposé, la fermeture de certains sites est prévue dans le non alimentaire.	→

Source: Fuhrer & Hotz

## Information importante

Le présent rapport reflète les opinions de Credit Suisse (CS) Investment Solutions & Sustainability et n'a pas été préparé conformément aux exigences légales destinées à promouvoir l'indépendance de la recherche en investissement. Il ne s'agit nullement d'un produit du département Research du CS bien qu'il fasse référence à des recommandations issues de la recherche ayant été publiées. Plusieurs politiques du CS ont été mises en œuvre pour gérer les conflits d'intérêts, y compris les politiques relatives aux transactions précédant la diffusion de la recherche en investissement. Ces politiques ne s'appliquent toutefois pas aux opinions de Investment Solutions & Sustainability mentionnées dans le présent rapport. D'autres informations importantes sont fournies à la fin du présent document. Singapour: Réservé aux investisseurs agréés. Hong Kong: Réservé aux investisseurs professionnels. Australie: Réservé aux clients grossistes.

## Avertissement sur les risques

Chaque investissement implique des risques, notamment en matière de fluctuations de valeur et de rendement. Si un investissement est libellé dans une devise autre que votre monnaie de référence, les variations des taux de change peuvent avoir un impact négatif sur la valeur, le prix ou le revenu.

Le présent rapport comporte des informations concernant des placements impliquant des risques particuliers. Vous devriez prendre conseil auprès de votre conseiller financier avant de prendre toute décision d'investissement basée sur le présent rapport ou pour toute explication concernant le contenu de ce dernier. Des informations complémentaires sont également disponibles dans la brochure explicative intitulée «Risques dans le négoce d'instruments financiers» disponible auprès de l'Association suisse des banquiers.

**Les performances passées ne préjugent pas des résultats futurs. Des commissions, des frais ou toute autre charge comme les fluctuations du taux de change peuvent avoir des répercussions sur les performances.**

## Risques inhérents aux marchés financiers

Les performances historiques et les scénarios de marché financier ne constituent pas des indicateurs fiables de résultats futurs. Le prix et la valeur des investissements mentionnés ainsi que tout revenu susceptible d'en résulter peuvent évoluer à la hausse comme à la baisse. Il vous est recommandé de consulter le(s) conseiller(s) que vous estimez nécessaire(s) pour vous aider à déterminer ces paramètres. Il se peut qu'aucun marché public n'existe pour certains investissements, ou que ceux-ci ne soient négociables que sur un marché secondaire restreint. Lorsqu'un marché secondaire existe, il est impossible de prévoir le prix auquel les investissements se négocieront sur ledit marché ou s'il sera ou non liquide.

## Marchés émergents

Lorsque le présent rapport traite des marchés émergents, vous devez avoir conscience qu'il existe un certain nombre de

risques et d'incertitudes inhérents aux investissements et transactions dans différents types de placements ou, relatifs ou liés, aux émetteurs et débiteurs constitués en société, implantés ou exerçant des activités commerciales sur les marchés des pays émergents. Les placements relatifs aux marchés des pays émergents peuvent être considérés comme des placements spéculatifs et leur cours seront bien plus volatils que le cours des placements concernant les marchés des pays les plus développés. Les investissements dans des placements relatifs aux marchés émergents sont destinés uniquement aux investisseurs avertis ou professionnels expérimentés qui connaissent les marchés en question, sont capables d'apprécier et de tenir compte des divers risques inhérents à ce type de placements et possèdent les ressources financières nécessaires pour supporter le risque substantiel de perte d'investissement inhérent à ce type de placements. Il vous incombe de gérer les risques liés à tout placement relatif aux marchés des pays émergents et l'affectation des actifs de votre portefeuille. Vous devriez demander l'avis de vos conseillers concernant les différents risques et facteurs à prendre en considération lors d'un investissement dans des placements relatifs aux marchés émergents.

## Placements alternatifs

Les hedge funds ne sont pas soumis aux nombreuses réglementations en matière de protection des investisseurs qui s'appliquent aux investissements collectifs autorisés et réglementés. Quant aux gestionnaires de hedge funds, ils ne sont pas réglementés pour la plupart. Les hedge funds ne se limitent pas à une discipline d'investissement ou une stratégie de négoce particulière et cherchent à tirer profit des différents types de marchés en recourant à des stratégies de levier, relatives à des dérivés et d'investissement spéculatif complexes qui accroissent le risque de perte d'investissement.

Les transactions sur marchandises affichent un niveau de risque élevé, y compris un risque de perte totale de l'investissement, et sont inadaptées à la plupart des investisseurs privés. La performance de ces investissements dépend de facteurs imprévisibles tels que les catastrophes naturelles, les influences climatiques, les capacités de transport, les troubles politiques, les fluctuations saisonnières et les fortes influences de l'évolution future, en particulier des futures et des indices.

Les investisseurs immobiliers sont exposés à la liquidité, aux devises étrangères et à d'autres risques, y compris aux risques cycliques, aux risques du marché locatif et local ainsi qu'aux risques environnementaux et aux modifications légales.

## Private equity

Le Private Equity (ci-après «PE») désigne des placements en capital-investissement dans des sociétés qui ne sont pas soumises à un négoce public (à savoir qu'elles ne sont pas cotées en bourse); ils sont complexes, généralement illiquides et axés sur le long terme. Les placements dans un fonds de PE présentent généralement un niveau important de risque financier ou commercial. Les placements dans des

fonds de PE ne sont ni garantis ni assortis d'une protection du capital. Les investisseurs sont tenus de répondre à des appels de capitaux sur une longue période de temps. Toute omission à le faire peut généralement entraîner la perte d'une partie ou de la totalité du compte de capital, la renonciation à tout revenu ou gain futur sur les placements effectués avant l'omission et, entre autres choses, la perte de tout droit de participer à des placements futurs ou la vente forcée de ses placements à un prix très bas, beaucoup plus bas que les évaluations du marché secondaire. Les sociétés ou les fonds peuvent être fortement endettés et être, par conséquent, davantage sensibles à des évolutions commerciales et/ou financières ou à des facteurs économiques défavorables. De tels investissements peuvent être confrontés à une concurrence intense, à des conditions commerciales ou économiques évolutives ou à d'autres évolutions susceptibles d'avoir une incidence négative sur leur performance.

### Risques de taux d'intérêt de crédit

La valeur d'une obligation dépend de la solvabilité de l'émetteur et/ou du garant (le cas échéant), laquelle peut changer sur la durée de l'obligation. En cas de défaillance de l'émetteur et/ou du garant de l'obligation, celle-ci ou tout revenu en découlant n'est pas garanti(e) et vous pouvez perdre tout ou partie de l'investissement initial.

### Investment Solutions & Sustainability

Il incombe aux stratégies en investissement d'assurer. Il incombe à Investment Solutions & Sustainability d'assurer une formation à la stratégie multi classes d'actifs et la mise en œuvre qui en résulte dans le cadre des affaires discrétionnaires et consultatives du Credit Suisse (CS). Les portefeuilles modèles ne sont fournis qu'à titre indicatif, le cas échéant. L'allocation de vos actifs, la pondération de votre portefeuille et ses performances paraissent très différentes selon les circonstances particulières dans lesquelles vous vous trouvez et votre tolérance aux risques. Les opinions et les points de vue de Investment Solutions & Sustainability peuvent se démarquer de ceux des autres départements du CS. Les points de vue de Investment Solutions & Sustainability peuvent évoluer avec le temps sans préavis et sans obligation de mise à jour. Le CS n'est nullement tenu de garantir que lesdites mises à jour soient portées à votre attention.

Investment Solutions & Sustainability peut parfois faire référence à des articles précédemment publiés par Research, y compris des changements de recommandations ou de notations présentés sous forme de listes. Les recommandations contenues dans le présent document sont des extraits des recommandations précédemment publiées par CS Research et/ou des références à celles-ci. Pour les actions, il s'agit de la note relative à la société ou du résumé relatif à la société de l'émetteur. Les recommandations relatives aux obligations peuvent être consultées dans la publication Research Alert (bonds) ou Institutional Research Alert – Credit Update Switzerland respective. Ces documents sont disponibles sur demande ou par nos services bancaires en ligne. Les notifications sont disponibles sur [www.credit-suisse.com/disclosure](http://www.credit-suisse.com/disclosure).

### Clause de non-responsabilité générale/ Information importante

Les informations fournies dans les présentes constituent un contenu promotionnel; il ne s'agit pas de recherche d'investissement. Ce rapport n'est pas destiné à être distribué à, ou utilisé par, quelque personne ou entité que ce soit qui serait citoyenne, résidente ou située dans une localité, un Etat, un pays ou une autre juridiction où une telle distribution, publication, disponibilité ou utilisation serait contraire à la législation ou réglementation ou soumettrait le CS à des obligations d'enregistrement ou de licence au sein de ladite juridiction.

Les références au Credit Suisse effectuées dans ce rapport comprennent Credit Suisse AG, la banque suisse, ses succursales et ses sociétés affi-

liées. Pour plus d'informations sur notre structure, veuillez consulter le lien suivant: <https://www.credit-suisse.com>

### NE PAS DISTRIBUER NI UTILISER À DES FINS DE PROSPECTION OU DE CONSEIL:

Le présent rapport est fourni uniquement à des fins d'information et d'illustration et n'est destiné qu'à votre seul usage. Il ne constitue ni une sollicitation ni une offre ou recommandation à l'achat ou à la vente de titres ou d'autres instruments financiers. Toute information englobant des faits, des opinions ou des citations peut être condensée ou résumée et se réfère à la date de rédaction. Les informations contenues dans le présent rapport ont été fournies à titre de commentaire général de marché et ne constituent en aucune manière une forme de conseil financier réglementé en termes de recherche, ou de service juridique, fiscal ou autre service financier réglementé. Elles ne tiennent pas compte des objectifs, de la situation ou des besoins financiers d'une quelconque personne – autant d'aspects qui doivent être impérativement examinés avant toute décision de placement. Vous devriez prendre conseil auprès de votre conseiller financier avant de prendre toute décision d'investissement basé sur le présent rapport ou pour toute explication concernant le contenu de ce dernier. Ce rapport vise uniquement à exposer des observations et opinions du CS à la date de rédaction, sans tenir compte de la date à laquelle vous pouvez le recevoir ou y accéder. Les observations et opinions contenues dans le présent rapport peuvent être différentes de celles des autres divisions du CS. Toute modification demeure réservée sans préavis et sans obligation de mise à jour. Le CS n'est nullement tenu de garantir que lesdites mises à jour soient portées à votre attention.

### PRÉVISIONS ET ESTIMATIONS:

Les performances passées ne doivent pas constituer une indication ni constituer une garantie de résultats futurs et aucune garantie, explicite ou implicite, n'est donnée quant aux performances futures. Dans la mesure où ce rapport contient des déclarations relatives à la performance future, celles-ci ont un caractère prévisionnel et sont soumises à un certain nombre de risques et d'incertitudes. Sauf mention contraire, les chiffres n'ont pas été vérifiés. Toutes les évaluations mentionnées dans le présent rapport sont soumises aux politiques et procédures d'évaluation du CS.

### CONFLITS:

Le CS se réserve le droit de corriger les éventuelles erreurs apparaissant dans le présent rapport. Le CS, ses sociétés affiliées et/ou leurs collaborateurs peuvent détenir des positions ou des participations ou tout autre intérêt matériel, ou encore effectuer des transactions sur les titres mentionnés, des options s'y rapportant, ou des investissements connexes; ils peuvent également accroître ou liquider ponctuellement de tels investissements. Le CS peut fournir, ou avoir fourni au cours des douze derniers mois, à toute société ou tout émetteur mentionné des conseils ou services de placement conséquents en rapport avec l'investissement énuméré dans ce document ou un investissement lié. Certains des investissements mentionnés dans le présent rapport seront proposés par une entité individuelle ou une société affiliée du CS; le CS peut également être le seul teneur de marché pour de tels investissements. Le CS est impliqué dans plusieurs opérations commerciales en relation avec les entreprises mentionnées dans ce rapport. Ces opérations incluent notamment le négoce spécialisé, l'arbitrage des risques, les activités de tenue de marché et autres activités de négoce pour compte propre.

### IMPÔTS:

Aucune des informations contenues dans le présent rapport ne constitue un conseil de nature juridique ou en matière de placements, de comptabilité ou d'impôts. Le CS n'offre pas de conseils sur les conséquences d'ordre fiscal liées aux investissements et vous recommande de consulter un conseiller fiscal indépendant. Les niveaux et bases d'imposition dépendent des circonstances individuelles et sont susceptibles de changer.

### SOURCES:

Les informations et les opinions contenues dans le présent rapport ont été obtenues ou tirées de sources jugées fiables par le CS. Le CS ne saurait être tenu pour responsable des pertes qui pourraient résulter de l'utilisation de ce rapport.

## SITES WEB:

Ce rapport peut fournir des adresses de sites web ou contenir des liens qui conduisent à ces sites. Sauf dans la mesure où le rapport fait état du contenu web du CS, le CS n'a pas procédé au contrôle des sites web liés et décline toute responsabilité quant au contenu desdits sites. Ces adresses ou hyperliens (y compris les adresses ou hyperliens vers le contenu web du site du CS) ne sont fournis que pour votre confort et votre information et le contenu des sites liés ne fait partie d'aucune manière du présent rapport. L'accès à un tel site web ou le suivi d'un tel lien par le biais de ce rapport ou via le site web du CS se fait à vos propres risques.

## CONFIDENTIALITÉ DES DONNÉES:

vos données personnelles seront traitées conformément à la déclaration de confidentialité du Credit Suisse, accessible depuis votre domicile sur le site officiel du Credit Suisse <https://www.credit-suisse.com>. Afin de vous fournir du matériel marketing concernant nos produits et services, le Credit Suisse Group AG et ses filiales peuvent être amenés à traiter vos données personnelles de base (à savoir vos coordonnées telles que nom et adresse e-mail) à moins que vous nous informiez que vous ne souhaitez plus les recevoir. Vous pouvez à tout moment choisir de ne plus recevoir ces documents en informant votre conseiller.

## Entités distributrices

A l'exception d'une éventuelle mention contraire, ce rapport est distribué par Credit Suisse AG, une banque suisse agréée et réglementée par l'Autorité fédérale de surveillance des marchés financiers. **Allemagne:** Le présent document est distribué par Credit Suisse (Deutschland) Aktiengesellschaft, établissement réglementé par la Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht («BaFin»). **Arabie saoudite:** Ce document est distribuée par Credit Suisse Saudi Arabia (no CR 1010228645), un établissement dûment agréé et réglementé par la Saudi Arabian Capital Market Authority en vertu de la licence no 08104-37 en date du 23.02.1429H, soit le 21.03.2008 du calendrier grégorien. Les bureaux principaux de Credit Suisse Saudi Arabia sont sis King Fahad Road, Hay Al Mhamadiya, 12361-6556 Riyadh, Arabie saoudite. Site web: <https://www.credit-suisse.com/sa>. Selon les Règles relatives à la provision de titres et d'obligations, le présent document ne peut être distribué dans le Royaume sauf à des personnes qui sont autorisées par les Règles relatives à la provision de titres et d'obligations émises par l'Autorité des Marchés Financiers. L'Autorité des Marchés Financiers ne fournit aucune représentation quant à l'exactitude ou l'exhaustivité du présent document, et décline expressément toute responsabilité pour toute perte découlant de, ou subie suite à l'utilisation de toute portion du présent document. Les acheteurs prospectifs des titres offerts dans les présentes doivent réaliser leur propre due diligence quant à l'exactitude des informations relatives aux titres. Si vous ne comprenez pas le contenu du présent document, il vous est recommandé de consulter un conseiller financier autorisé. Selon les Réglementations relatives aux Fonds de Placement, le présent document ne peut être distribué dans le Royaume sauf à des personnes qui sont autorisées par les Réglementations relatives aux Fonds de Placement émises par l'Autorité des Marchés Financiers. L'Autorité des Marchés Financiers ne fournit aucune représentation quant à l'exactitude ou l'exhaustivité du présent document, et décline expressément toute responsabilité pour toute perte découlant de, ou subie suite à l'utilisation de toute portion du présent document. Les acheteurs prospectifs des titres offerts dans les présentes doivent réaliser leur propre due diligence quant à l'exactitude des informations relatives aux titres. Si vous ne comprenez pas le contenu du présent document, il vous est recommandé de consulter un conseiller financier autorisé. **Afrique du Sud:** Cette information a été distribuée par Credit Suisse AG, qui est enregistré comme prestataire de services financiers auprès de la Financial Sector Conduct Authority d'Afrique du Sud sous le numéro FSP 9788, et/ou par Credit Suisse (UK) Limited, qui est enregistré comme prestataire de services financiers auprès de la Financial Sector Conduct Authority en Afrique du Sud sous le numéro FSP 48779. **Bahreïn:** Ce rapport est distribué par Credit Suisse AG, Bahrain Branch, une succursale de Credit Suisse AG, Zurich/Switzerland, qui est dûment autorisée et réglementée par la Central Bank of Bahrain (CBB) comme un Investment Business Firm Category 2. Les produits ou services financiers correspondants sont réservés aux investisseurs autorisés, tels que définis par la CBB. Ils ne sont pas destinés à une quelconque autre personne. La Central Bank of Bahrain n'a ni examiné, ni approuvé le présent document ni la commercialisation de tout véhicule de placement auquel il est fait mention aux présentes dans le Royaume de Bahreïn et n'est pas responsable de la performance d'un tel véhicule. Credit Suisse AG, Bahrain Branch, est sise Level 21, East Tower, Bahrain World Trade Centre, Manama, Royaume de Bahreïn. **Brésil:** ce rapport est distribué au Brésil par le Credit Suisse (Bra-

sil) S.A. Corretora de Títulos e Valores Mobiliários ou ses sociétés affiliées.

**Chili:** Le présent document est distribué par Credit Suisse Agencia de Valores (Chile) Limitada, une succursale de Credit Suisse AG (enregistrée dans le canton de Zurich), régulée par la Commission des Marchés Financiers chilienne. Ni l'émetteur ni les titres n'ont été enregistrés auprès de la Commission des Marchés Financiers chilienne (Comisión para el Mercado Financiero) selon la Loi no. 18.045, la Ley de Mercado de Valores, ainsi que les réglementations associées, et ne peuvent donc être proposés ou vendus publiquement au Chili. Le présent document ne constitue pas une offre ou une invitation à souscrire ou un achat de titres au sein de la République du Chili, à toute autre personne que les investisseurs identifiés individuellement dans le cadre d'une offre privée selon l'article 4 de la Ley de Mercado de Valores (une offre qui n'est pas «adressée au public en général ou à un certain secteur ou à un groupe spécifique du public»). **DIFC:** Cette information est distribuée par Credit Suisse AG (DIFC Branch), dûment agréée et réglementée par la Dubai Financial Services Authority («DFSA»). Les produits ou services financiers liés ne sont proposés qu'à des clients professionnels ou à des contreparties du marché, tels que définis par la DFSA, et ne sont pas destinés à d'autres personnes. Credit Suisse AG (DIFC Branch) est sise Level 9 East, The Gate Building, DIFC, Dubaï, Émirats arabes unis. **Espagne:** Ce document est un document promotionnel et est fourni par Credit Suisse AG, Sucursal en España, entité juridique enregistrée auprès de la Comisión Nacional del Mercado de Valores à des fins d'information. Il s'adresse exclusivement à son destinataire pour une utilisation personnelle et, selon les réglementations actuelles en vigueur, ne peut en aucun cas être considéré comme une offre de titres, un conseil de placement personnel ou toute autre recommandation générale ou spécifique de produits ou de stratégies de placement ayant pour objectif toute opération de votre part. Le client sera considéré comme responsable, dans tous les cas, de ses décisions de placement ou de désengagement, et le client sera donc pleinement responsable pour les bénéfices ou pertes résultant des opérations que le client décide de réaliser sur la base des informations et opinions comprises dans le présent document. Le présent document n'est pas le résultat d'un travail d'analyse ou de recherche financière, n'est pas soumis aux réglementations actuelles applicables à la production et à la distribution de recherche financière, et son contenu ne prétend pas être conforme aux exigences juridiques en matière d'indépendance de la recherche financière. **France:** Le présent rapport est distribué par Credit Suisse (Luxembourg) S.A. Succursale en France (la «succursale française»), succursale de Credit Suisse (Luxembourg) S.A., société dûment autorisée en tant qu'établissement de crédit au Grand-Duché de Luxembourg dont le siège social est situé au 5, rue Jean Monnet, L-2180 Luxembourg. La succursale française est soumise au contrôle prudentiel de l'autorité de surveillance du Luxembourg, la Commission de Surveillance du Secteur Financier (CSSF), des autorités de surveillance françaises, l'Autorité de contrôle prudentiel et de résolution (ACPR), et de l'Autorité des marchés financiers (AMF) française. **Guernesey:** Le présent rapport est distribué par Credit Suisse AG Guernesey Branch, une succursale de Credit Suisse AG (établie dans le canton de Zurich), ayant son siège à Helvetia Court, Les Echelons, South Esplanade, St Peter Port, Guernesey. Credit Suisse AG Guernesey Branch est détenu à 100% par Credit Suisse AG et est réglementé par la Guernesey Financial Services Commission. Des copies de derniers comptes vérifiés de Credit Suisse AG sont disponibles sur demande. **Inde:** Le présent rapport est distribué par Credit Suisse Securities (India) Private Limited (CIN n° U67120MH1996PTC104392), établissement réglementé par le Securities and Exchange Board of India en qualité d'analyste Research (n° d'enregistrement INH 000001030), de gérant de portefeuille (n° d'enregistrement INP000002478) et de courtier en valeurs mobilières (n° d'enregistrement INZ000248233), et ayant son siège social 9th Floor, Ceejay House, Dr. Annie .Besant. Road, Worli, Mumbai – 400 018, Inde, T-+91-22 6777 3777. **Israël:** Si distribué par Credit Suisse Financial Services (Israel) Ltd. en Israël: Le présent document est distribué par Credit Suisse Financial Services (Israel) Ltd. Credit Suisse AG, y compris les services proposés en Israël, n'est pas soumis à la supervision du Superviseur des Banques de la Banque d'Israël, mais à celle de l'autorité de surveillance bancaire pertinente en Suisse. Credit Suisse Financial Services (Israel) Ltd. est un promoteur de placements titulaire d'une licence en Israël et ses activités de promotion de placements sont par conséquent soumises à la supervision de l'Autorité Boursière d'Israël. **Italie:** Ce rapport est distribué en Italie par Credit Suisse (Italy) S.p.A., banque de droit italien inscrite au registre des banques et soumise à la supervision et au contrôle de la Banca d'Italia et de la CONSOB. **Liban:** Le présent rapport est distribué par Credit Suisse (Lebanon) Finance SAL («CSLF»), un établissement financier enregistré au Liban, réglementé par la Banque centrale du Liban («BCL») et titulaire d'une licence bancaire n° 42. Credit Suisse (Lebanon) Finance SAL est soumis à la législation et aux circulaires de la BCL ainsi qu'à la législation et aux réglementations de la Capital Markets Authority du Liban («CMA»). CSLF est une filiale de Credit Suisse AG et fait partie du Credit Suisse

Group (CS). La CMA décline toute responsabilité quant au contenu, à l'exactitude et à l'exhaustivité des informations présentées dans ce rapport. La responsabilité du contenu du présent rapport est assumée par l'émetteur, ses administrateurs et d'autres personnes tels des experts, dont les opinions sont incluses dans le rapport avec leur consentement. La CMA n'a pas non plus évalué l'adéquation de l'investissement pour tout investisseur particulier ou tout type d'investisseur. Il est expressément entendu dans les présentes que les investissements sur les marchés financiers peuvent présenter un degré élevé de complexité et de risques de perte de valeur et ne pas convenir à tous les investisseurs. CSLF procédera à l'évaluation de l'adéquation de cet investissement sur la base des informations que l'investisseur lui aurait fournies à la date d'une telle évaluation et conformément aux instructions et procédures internes du Credit Suisse. Il est entendu que l'anglais sera utilisé dans tous les documents et communications fournis par le CS et/ou CSLF. En acceptant d'investir dans le produit, l'investisseur confirme expressément et irrévocablement pleinement comprendre et ne pas s'opposer à l'utilisation de la langue anglaise. **Luxembourg:** Le présent rapport est distribué par Credit Suisse (Luxembourg) S.A., société dûment autorisée en tant qu'établissement de crédit au Grand-Duché de Luxembourg dont le siège social est situé au 5, rue Jean Monnet, L-2180 Luxembourg. Credit Suisse (Luxembourg) S.A. est soumise au contrôle prudentiel de l'autorité de surveillance du Luxembourg, la Commission de Surveillance du Secteur Financier (CSSF). **Mexique:** Le présent document représente la vision de la personne qui fournit ses services à C. Suisse Asesoría México, S.A. de C.V. («C. Suisse Asesoría») et/ou Banco Credit Suisse (México), S.A., Institución de Banca Múltiple, Grupo Financiero Credit Suisse (México) («Banco CS») de sorte que C. Suisse Asesoría et Banco CS se réservent tous deux le droit de changer d'avis à tout moment sans assumer une quelconque responsabilité à cet égard. Ce document a été préparé à des fins d'information uniquement et ne constitue pas une recommandation, un conseil ou une invitation à réaliser une quelconque opération, et ne remplace pas la communication directe avec votre responsable chez C. Suisse Asesoría et/ou Banco CS avant d'effectuer un placement. C. Suisse Asesoría et/ou Banco CS n'assument aucune responsabilité pour les décisions de placement prises sur la base des informations contenues dans le présent document, car celles-ci peuvent ne pas tenir compte du contexte de la stratégie de placement et des objectifs des clients individuels. Les prospectus, les brochures, les règles de placement des fonds de placement, les rapports annuels ou les informations financières ou informations financières périodiques contiennent toutes les informations utiles aux investisseurs. Ces documents sont disponibles gratuitement directement auprès de l'émetteur des titres et des sociétés de gestion, ou sur le site Internet de la bourse de valeurs mobilière sur laquelle ces titres sont cotés, ainsi qu'auprès de votre responsable chez C. Suisse Asesoría et/ou Banco CS. Les performances passées et les divers scénarios de marché existants ne garantissent pas les rendements présents ou futurs. Au cas où les informations contenues dans le présent document sont incomplètes ou non claires, veuillez contacter votre responsable chez C. Suisse Asesoría et/ou Banco CS dès que possible. Il est possible que le présent document subisse des modifications au-delà de la responsabilité de C. Suisse Asesoría et/ou Banco CS. Le présent document est distribué à des fins d'information uniquement et ne remplace pas les Rapports Opérationnels et/ou les Relevés de Compte que vous recevez de C. Suisse Asesoría et/ou Banco CS en ce qui concerne les Dispositions Générales applicables aux Institutions Financières et autres Entités Juridiques qui fournissent des Services de Placement émises par la Commission Bancaire et Boursière du Mexique («CNBV»). En raison de la nature du présent document, C. Suisse Asesoría et/ou Banco CS n'assument aucune responsabilité quant aux informations qu'il contient. Nonobstant le fait que les informations ont été obtenues à partir de ou sur la base de sources considérées comme fiables par C. Suisse Asesoría et/ou Banco CS, il n'existe aucune garantie quant au fait que ces informations sont exactes ou complètes. C. Suisse Asesoría et/ou Banco CS n'acceptent aucune responsabilité pour toute perte découlant de l'utilisation des informations contenues dans le document qui vous est envoyé. Il est recommandé aux investisseurs de s'assurer que les informations fournies correspondent à leurs circonstances personnelles et à leur profil d'investissement, en ce qui concerne toute situation juridique, réglementaire ou fiscale particulière, ou d'obtenir un conseil professionnel indépendant. C. Suisse Asesoría et/ou Banco CS est un conseiller en placement dûment constitué selon la Securities Market Law («LMV») mexicaine et est immatriculé auprès de la National Banking and Securities Commission («CNBV») sous le numéro 30070. Par conséquent, C. Suisse Asesoría México, S.A. de C.V. ne fait pas partie de Grupo Financiero Credit Suisse (México), S.A. de C.V. ou de tout autre groupe financier au Mexique. Selon les dispositions de la LMV et des autres réglementations applicables, C. Suisse Asesoría México, S.A. de C.V. n'est pas un conseiller financier indépendant en vertu de sa relation avec Credit Suisse AG, un établissement financier étranger, et de sa relation indirecte avec les entités qui constituent Grupo Financiero Credit Suisse (Mexico), S.A. de C.V. **Pays-**

**Bas:** Le présent rapport est distribué par Credit Suisse (Luxembourg) S.A., Netherlands Branch (la «succursale néerlandaise»), succursale de Credit Suisse (Luxembourg) S.A., société dûment autorisée en tant qu'établissement de crédit au Grand-Duché de Luxembourg dont le siège social est situé au 5, rue Jean Monnet, L-2180 Luxembourg. La succursale néerlandaise est soumise au contrôle prudentiel de l'autorité de surveillance du Luxembourg, la Commission de Surveillance du Secteur Financier (CSSF), de l'autorité de surveillance néerlandaise, De Nederlandsche Bank (DNB), et de l'autorité néerlandaise des marchés financiers, Autoriteit Financiële Markten (AFM). **Portugal:** Le présent rapport est distribué par Credit Suisse (Luxembourg) S.A. Sucursal em Portugal (la «succursale portugaise»), succursale de Credit Suisse (Luxembourg) S.A., société dûment autorisée en tant qu'établissement de crédit au Grand-Duché de Luxembourg dont le siège social est situé au 5, rue Jean Monnet, L-2180 Luxembourg. La succursale portugaise est soumise au contrôle prudentiel de l'autorité de surveillance du Luxembourg, la Commission de Surveillance du Secteur Financier (CSSF), et des autorités de surveillance portugaises, la Banque du Portugal (BdP), la Comissão do Mercado dos Valores Mobiliários (CMVM). **Qatar:** Cette information a été distribuée par Credit Suisse (Qatar) L.L.C, qui est dûment autorisée et réglementée par la Qatar Financial Centre Regulatory Authority (QFCRA) sous le n° de licence QFC 00005. Tous les produits et les services financiers liés ne sont disponibles qu'aux contreparties éligibles ou clients commerciaux (tels que définis par les règles et réglementations de la QFCRA), y compris les individus qui ont opté pour être classés en tant que client commercial avec des actifs nets de plus de 4 millions de QR et qui disposent de connaissances, d'une expérience et d'une compréhension leur permettant de participer à de tels produits et/ou services. Ces informations ne doivent donc pas être communiquées à ni utilisées par des personnes ne répondant pas à ces critères. Comme ce produit/service n'est pas enregistré auprès du QFC ni réglementé par la QFCRA, cette dernière n'est pas tenue de passer en revue ni de vérifier le prospectus ou tout autre document relatif à ce produit/service. En conséquence, la QFCRA n'a pas passé en revue ni approuvé la présente documentation de marketing ni tout autre document associé, n'a pris aucune mesure en vue de vérifier les renseignements figurant dans ce document et n'assume aucune responsabilité à cet égard. Pour les personnes ayant investi dans ce produit/service, il se peut que l'accès aux informations à son sujet ne soit pas équivalent à ce qu'il serait pour un produit/service inscrit auprès du QFC. Le produit/service décrit dans cette documentation de marketing risque d'être illiquide et/ou soumis à des restrictions quant à sa revente. Tout recours à l'encontre de ce produit/service et des entités impliquées pourrait être limité ou difficile et risque de devoir être poursuivi dans une juridiction externe au QFC. Les personnes intéressées à acheter le produit/service proposé doivent effectuer leur propre due diligence à son sujet. Si vous ne comprenez pas le contenu de cette brochure, veuillez consulter un conseiller financier agréé. **Royaume-Uni:** Ce document est distribué par Credit Suisse (UK) Limited. Credit Suisse (UK) Limited est un établissement autorisé par la Prudential Regulation Authority et réglementé par la Financial Conduct Authority et la Prudential Regulation Authority. Lorsque ce document est distribué au Royaume-Uni par une entité offshore non exemptée en vertu du Financial Services and Markets Act 2000 (Financial Promotion) Order 2005, les dispositions suivantes s'appliquent: dans la mesure où il est communiqué au Royaume-Uni («UK») ou susceptible d'avoir un effet au Royaume-Uni, le présent document constitue une promotion financière approuvée par Credit Suisse (UK) Limited, qui est autorisée par la Prudential Regulation Authority et réglementée par la Financial Conduct Authority et la Prudential Regulation Authority pour la conduite d'activités de placement au Royaume-Uni. Le siège social de Credit Suisse (UK) Limited est sis Five Cabot Square, Londres, E14 4QR. Veuillez noter que les règles relatives à la protection des clients de détail aux termes du Financial Services and Market Act 2000 du Royaume-Uni ne vous seront pas applicables et que vous ne disposerez pas non plus des éventuelles indemnités prévues pour les «demandeurs éligibles» («eligible claimants») aux termes du Financial Services Compensation Scheme du Royaume-Uni. L'imposition applicable dépend de la situation individuelle de chaque client et peut subir des changements à l'avenir. **Turquie:** Les informations, commentaires et recommandations de placement formulés dans le présent document n'entrent pas dans la catégorie des conseils en placement. Les services de conseil en placement sont des services fournis par des établissements agréés à des personnes; ils sont personnalisés compte tenu des préférences de ces personnes en matière de risque et de rendement. Les commentaires et les conseils indiqués dans le présent document sont, au contraire, de nature générale. Les recommandations formulées peuvent donc ne pas convenir à votre situation financière ou à vos préférences particulières en matière de risque et de rendement. Par conséquent, prendre une décision de placement en vous fiant uniquement aux informations qui figurent dans le présent document pourrait donner des résultats qui ne correspondent pas à vos attentes. Le présent rapport est distribué par Credit Suisse

Istanbul Menkul Degerler Anonim Sirketi, établissement réglementé par le Capital Markets Board of Turkey, dont le siège social est sis Levazim Mahallesi, Koru Sokak n° 2 Zorlu Center Terasevler No. 61 34340 Besiktas / Istanbul-Turquie.

### Informations importantes pour le pays

Conformément à la résolution de la CVM n° 20/2021 du 25 février 2021, les auteurs de ce rapport certifient par la présente que les opinions exprimées dans ce rapport reflètent entièrement et exclusivement leurs opinions personnelles et que celles-ci ont été rédigées en toute indépendance, y compris par rapport au Credit Suisse. Une partie de la rémunération des auteurs est basée sur différents facteurs, notamment les revenus totaux du Credit Suisse, mais aucune rémunération n'a été, n'est ou ne sera liée à des recommandations ou opinions précises exprimées dans ce rapport. Qui plus est, le Credit Suisse déclare: n'avoir jamais fourni et/ou ne jamais fournir dans le futur de services d'investissement banking, de courtage, de gestion d'actifs, d'affaires commerciales ou financières aux sociétés concernées ou à leurs filiales, pour lesquelles le Credit Suisse aurait perçu ou pourrait percevoir des commissions et frais habituels, et qui constitueraient ou pourraient constituer un intérêt financier ou commercial en lien avec les sociétés ou les titres concernés.

**ÉTATS-UNIS: LE PRÉSENT DOCUMENT, EN SA FORME ORIGINALE OU COPIÉE, NE SAURAIT ÊTRE ENVOYÉ, INTRODUIT OU DISTRIBUÉ AUX ÉTATS-UNIS OU À DES PERSONNES IMPOSABLES AUX ÉTATS-UNIS (AU SENS DE LA REGULATION S DU US SECURITIES ACT DE 1933, DANS SA VERSION AMENDÉE).**

### APAC - AVIS IMPORTANT

Les informations fournies ici constituent du contenu marketing et non de la recherche en investissement. Pour tous, à l'exception des comptes gérés par des chargés de clientèle et/ou des conseillers en placement de Credit Suisse AG, succursale de Hong Kong: Ce document a été préparé par Credit Suisse AG (le «Credit Suisse») à titre d'information générale uniquement. Il ne constitue pas et ne prétend pas fournir une recherche ou une analyse de fond et, par conséquent, ne constitue pas une recherche en investissement ni une recommandation de recherche à des fins réglementaires. Il ne prend pas en compte les objectifs financiers, la situation ou les besoins de quiconque, ces éléments étant des considérations nécessaires avant de prendre toute décision d'investissement. Les informations fournies ne visent pas à fournir une base suffisante pour prendre une décision d'investissement et ne constituent pas une recommandation personnelle ni un conseil en investissement. Le Credit Suisse ne fait aucune déclaration quant à l'adéquation des produits ou services spécifiés dans ce document pour un investisseur particulier. Il ne constitue ni une invitation ni une offre de souscription ou d'achat d'un des produits ou services spécifiés dans ce document ou de participation à une autre transaction. Les seules contraintes juridiques sont stipulées dans la documentation produit applicable ou dans les contrats et confirmations spécifiques préparés par le Credit Suisse. Pour les comptes gérés par des chargés de clientèle et/ou des conseillers en placement de Credit Suisse AG, succursale de Hong Kong: Ce document a été préparé par Credit Suisse AG (le «Credit Suisse») à titre d'information générale uniquement. Il ne constitue pas et ne prétend pas fournir une recherche ou une analyse de fond et, par conséquent, ne constitue pas une recherche en investissement à des fins réglementaires. Il ne prend pas en compte les objectifs financiers, la situation ou les besoins de quiconque, ces éléments étant des considérations nécessaires avant de prendre toute décision d'investissement. Le Credit Suisse ne fait aucune déclaration quant à l'adéquation des produits ou services spécifiés dans ce document pour un investisseur en particulier. Il ne constitue ni une invitation ni une offre de souscription ou d'achat de l'un des produits ou services spécifiés dans ce document ou de participation à toute autre transaction. Les seules contraintes juridiques sont stipulées dans la documentation produit applicable ou dans les contrats et confirmations spécifiques préparés par le Credit Suisse. Pour tous: en ce qui concerne les produits spécifiés dans ce document, le Credit Suisse et/ou ses sociétés affiliées peuvent:

- (i) avoir joué un rôle antérieur dans l'organisation ou le financement des entités affiliées;
- (ii) être une contrepartie dans toute transaction ultérieure en relation avec les entités affiliées; ou alors
- (iii) payer ou avoir payé, ou recevoir ou avoir reçu, une rémunération ponctuelle ou récurrente des entités spécifiées dans ce document dans le cadre de sa/leur rémunération. Ces paiements peuvent être versés ou reçus de tiers.

Le Credit Suisse et/ou ses sociétés affiliées (y compris leurs dirigeants, administrateurs et employés respectifs) peuvent être ou avoir été impliqués dans d'autres transactions avec les entités affiliées spécifiées dans ce document ou d'autres parties spécifiées dans ce document qui ne sont pas divulguées dans le présent document. Le Credit Suisse, pour lui-même et au nom de chacune de ses sociétés affiliées, se réserve le droit de fournir et de continuer à fournir des services, et de traiter et de continuer à traiter avec les entités visées des produits spécifiés dans ce document ou d'autres parties en rapport avec tout produit spécifié dans ce document. Le Credit Suisse ou ses sociétés affiliées peuvent également détenir des positions de négoce dans le capital-actions de l'une des entités affiliées spécifiées dans ce document.

Pour tous, à l'exception des comptes gérés par des chargés de clientèle et/ou des conseillers en placement de Credit Suisse AG, succursale de Hong Kong: Une société affiliée du Credit Suisse peut avoir agi sur la base des informations et de l'analyse contenues dans ce document avant que ce dernier ait été mis à la disposition du destinataire. Une société affiliée du Credit Suisse peut, dans la mesure permise par la loi, participer ou investir dans d'autres opérations de financement avec l'émetteur de tout titre visé aux présentes, fournir des services ou solliciter des affaires auprès de ces émetteurs, ou avoir une position ou effectuer des transactions sur les titres ou options de ceux-ci. Dans toute la mesure permise par la loi, le Credit Suisse et ses sociétés affiliées et chacun de leurs responsables, employés et conseillers respectifs déclinent toute responsabilité découlant d'une erreur ou d'une omission dans ce document ainsi que toute perte directe, indirecte, fortuite, spécifique ou consécutive et/ou les dommages subis par le destinataire de ce document ou par toute autre personne du fait de l'utilisation ou de la confiance accordée aux informations contenues dans ce document. Ni le Credit Suisse ni ses sociétés affiliées (ou leurs responsables, agents, employés ou conseillers respectifs) ne fournissent de garantie et ne font de déclaration quant à l'exactitude, la fiabilité et/ou l'exhaustivité des informations contenues dans ce document. Les informations contenues dans ce document ont été fournies à titre de commentaire général du marché uniquement et ne constituent aucune forme de conseil financier, juridique, fiscal ou autre service réglementé. Les observations et opinions contenues dans ce document peuvent être différentes ou incompatibles avec les observations et opinions des analystes de Credit Suisse Research, d'autres divisions ou des positions exclusives du Credit Suisse. Le Credit Suisse n'a aucune obligation de mettre à jour, notifier ou fournir des informations supplémentaires à quiconque si le Credit Suisse a connaissance d'une information inexacte, incomplète ou modifiée dans le document. Dans la mesure où ce document contient des déclarations sur les performances futures, ces déclarations sont de nature prospective et sujettes à un certain nombre de risques et d'incertitudes. Les performances passées ne sont pas un indicateur fiable des performances futures.

Pour les comptes gérés par des chargés de clientèle et/ou conseillers en placement de Credit Suisse AG, succursale de Hong Kong: Une société affiliée du Credit Suisse peut avoir agi sur la base des informations et de l'analyse contenues dans ce document avant que ce dernier ait été mis à la disposition du destinataire. Une société affiliée du Credit Suisse peut, dans la mesure permise par la loi, participer ou investir dans d'autres opérations de financement avec l'émetteur de tout titre visé aux présentes, fournir des services ou solliciter des affaires auprès de ces émetteurs, ou avoir une position ou effectuer des transactions sur les titres ou options de ceux-ci. Dans toute la mesure permise par la loi, le Credit Suisse et ses sociétés affiliées et chacun de leurs responsables, employés et conseillers respectifs déclinent toute responsabilité découlant d'une erreur ou d'une omission dans ce document ainsi que toute perte directe, indirecte, fortuite, spécifique ou consécutive et/ou les dommages subis par le destinataire de ce document ou par toute autre personne du fait de l'utilisation ou de la confiance dans les informations contenues dans ce document. Ni le Credit Suisse ni ses sociétés affiliées (ou leurs responsables, agents, employés ou conseillers respectifs) ne fournissent de garantie et ne font de déclaration quant à l'exactitude, la fiabilité et/ou l'exhaustivité des informations contenues dans ce document. Les informations contenues dans ce document ont été fournies à titre de commentaire général du marché uniquement et ne constituent aucune forme de service juridique, fiscal ou autre réglementé. Les observations et opinions contenues dans ce document peuvent être différentes ou incompatibles avec les observations et opinions des analystes de Credit Suisse Research, d'autres divisions ou des positions exclusives du Credit Suisse. Le Credit Suisse n'a aucune obligation de mettre à jour, notifier ou fournir des informations supplémentaires à quiconque si le Credit Suisse a connaissance d'une information inexacte, incomplète ou modifiée dans le document. Dans la mesure où ce document contient des déclarations sur les performances futures, ces déclarations sont de nature prospective et sujettes à un certain nombre de risques et d'incertitudes. Les performances

passées ne sont pas un indicateur fiable des performances futures. Pour tous: Ce document n'est pas destiné à être distribué ou utilisé par toute personne ou entité citoyenne ou résidente d'une juridiction où une telle distribution, publication, mise à disposition ou utilisation serait contraire à une loi ou réglementation applicable, ou qui soumettrait le Credit Suisse et/ou ses filiales ou sociétés affiliées à une obligation d'enregistrement ou de licence dans cette juridiction. Les documents ont été fournis au destinataire et ne doivent pas être redistribués sans l'autorisation écrite expresse et préalable du Credit Suisse. Pour plus d'informations, veuillez contacter votre chargé de clientèle.

Dans la mesure où ce document contient une annexe comprenant des rapports d'analyse, l'avis supplémentaire suivant s'applique à cette annexe.

#### AVIS IMPORTANT SUPPLÉMENTAIRE RELATIF À L'ANNEXE

Les rapports en annexe («Rapports») ont été rédigés par des membres du département Credit Suisse Research et les informations et opinions qui y sont exprimées datent de la date de rédaction et sont susceptibles d'être modifiées sans préavis. Dans les Rapports, les opinions exprimées au sujet d'un titre particulier peuvent être différentes ou incompatibles avec les observations et opinions du département Credit Suisse Research de la division Investment Banking en raison des différences dans les critères d'évaluation. Ces Rapports ont déjà été publiés par Credit Suisse Research sur le Web.

Le Credit Suisse fait et cherche à faire des affaires avec les entreprises couvertes par ses rapports d'analyse. Par conséquent, les investisseurs doivent être conscients du fait que le Credit Suisse peut avoir un conflit d'intérêts susceptible d'affecter l'objectivité de ces Rapports.

Pour tous, à l'exception des comptes gérés par des chargés de clientèle et/ou des conseillers en placement de Credit Suisse AG, succursale de Hong Kong: Le Credit Suisse peut n'avoir pris aucune mesure pour garantir que les titres mentionnés dans ces Rapports conviennent à un investisseur en particulier. Le Credit Suisse ne traitera pas les destinataires des Rapports comme ses clients du fait de la réception des Rapports. Pour les comptes gérés par des chargés de clientèle et/ou des conseillers en placement de Credit Suisse AG, succursale de Hong Kong: Le Credit Suisse peut n'avoir pris aucune mesure pour garantir que les titres mentionnés dans ces Rapports conviennent à un investisseur en particulier. Le Credit Suisse ne traitera pas les destinataires des Rapports comme ses clients du fait de la réception des Rapports. Pour tous: Pour connaître les risques d'un placement dans les titres mentionnés dans les Rapports, veuillez consulter le lien Internet suivant:

<https://investment.credit-suisse.com/re/riskdisclosure/>

Pour connaître les informations à fournir sur les sociétés notées par Credit Suisse Investment Banking mentionnées dans ce rapport, veuillez consulter le site de divulgation de la division Investment Banking à l'adresse suivante: <https://rave.credit-suisse.com/disclosures>

Pour plus d'informations, y compris les divulgations concernant tout autre émetteur, veuillez consulter le site Credit Suisse Global Research Disclosure à l'adresse suivante: <https://www.credit-suisse.com/disclosure>

**AUSTRALIE:** Ce document est distribué en Australie par Credit Suisse AG, succursale de Sydney, uniquement à des fins d'information et uniquement aux personnes qui sont des «clients grossistes» (au sens de l'article 761G(7) du Corporations Act). Credit Suisse AG, succursale de Sydney, ne garantit pas la performance des produits financiers mentionnés dans le présent document. En Australie, les entités du Credit Suisse Group autres que Credit Suisse AG, succursale de Sydney, ne sont pas des établissements de dépôt agréés au sens de la loi bancaire de 1959 (Cth.) et leurs obligations ne couvrent pas les dépôts ou autres engagements de Credit Suisse AG, succursale de Sydney. Credit Suisse AG, succursale de Sydney, ne garantit pas les obligations de ces entités du Credit Suisse ou des fonds. **HONG KONG:** Ce document est distribué à Hong Kong par Credit Suisse AG, succursale de Hong Kong, une institution autorisée réglementée par l'Autorité

monétaire de Hong Kong et une institution enregistrée réglementée par la Securities and Futures Commission, et a été préparé conformément à l'article 16 du «Code de conduite pour les personnes agréées ou inscrites auprès de la Securities and Futures Commission». Le contenu de ce document n'a été examiné par aucune autorité de réglementation à Hong Kong. Il vous est conseillé de faire preuve de prudence par rapport à toute offre. Si vous avez le moindre doute sur le contenu de ce document, sollicitez un conseil professionnel indépendant. Personne ne peut avoir émis ou avoir en sa possession dans le but de le distribuer, que ce soit à Hong Kong ou ailleurs, une publicité, une invitation ou un document relatif à ce produit, qui est destiné à, ou dont le contenu est susceptible d'être consulté ou lu par, le public de Hong Kong (sauf si les lois sur les valeurs mobilières de Hong Kong le permettent) ailleurs que là où ce produit est ou doit être remis uniquement à des personnes en dehors de Hong Kong ou uniquement à des «investisseurs professionnels» tels que définis dans l'ordonnance sur les valeurs mobilières et les contrats à terme (Chap. 571) de Hong Kong et les règles qui en découlent. **SINGAPOUR:** Ce document est distribué à Singapour par Credit Suisse AG, succursale de Singapour, qui est autorisée par l'Autorité monétaire de Singapour en vertu de la Loi bancaire (Chap. 19) à exercer des activités bancaires. Ce rapport a été préparé et publié pour distribution à Singapour aux investisseurs institutionnels, aux investisseurs accrédités et aux investisseurs experts (chacun tel que défini dans le Règlement sur les conseillers financiers («FAR»)) uniquement. Credit Suisse AG, succursale de Singapour, peut distribuer des rapports produits par ses entités ou sociétés affiliées étrangères conformément à un accord en vertu de la disposition 32C du FAR. Les destinataires singapouriens doivent contacter Credit Suisse AG, succursale de Singapour au + 65-6212-2000 pour les questions découlant de ce rapport ou en lien avec celui-ci. En vertu de votre statut d'investisseur institutionnel, d'investisseur accrédité ou d'investisseur expert, Credit Suisse AG, succursale de Singapour, est dispensé de se conformer à certaines exigences en vertu de la loi sur les conseillers financiers, Chapitre 110 de Singapour (la «FAA»), du FAR et des avis et directives pertinents publiés en vertu des présentes, concernant tout service de conseil financier que Credit Suisse AG, succursale de Singapour, peut vous fournir. Ces documents de référence incluent des exemptions suivantes:

- (i) L'article 25 de la FAA (conformément au Règlement 33(1) du FAR);
- (ii) L'article 27 de la FAA (conformément à la disposition 34(1) du FAR); et
- (iii) L'article 36 de la FAA (conformément à la disposition 35(1) du FAR).

Les destinataires de Singapour doivent contacter Credit Suisse AG, succursale de Singapour, pour toute question découlant de ce document ou en rapport avec celui-ci.

Si vous avez des questions ou objections concernant la réception de documents marketing de notre part, veuillez contacter notre délégué à la protection des données à l'adresse [dataprotectionofficer.pb@credit-suisse.com](mailto:dataprotectionofficer.pb@credit-suisse.com) (pour Credit Suisse AG, succursale de HK) ou [PDFO.SGD@credit-suisse.com](mailto:PDFO.SGD@credit-suisse.com) (pour Credit Suisse AG, succursale de SG) ou [csau.privacyofficer@credit-suisse.com](mailto:csau.privacyofficer@credit-suisse.com) (pour Credit Suisse AG, succursale de Sydney).

L'ensemble du contenu de ce document est protégé par la loi sur les droits d'auteur (tous droits réservés). Ce document, en tout ou partie, ne peut être reproduit, transmis (électroniquement ou autrement), modifié ou utilisé à des fins publiques ou commerciales sans l'autorisation écrite préalable du Credit Suisse. © 2023, Credit Suisse Group AG et/ou ses sociétés affiliées. Tous droits réservés. Credit Suisse AG (Unique Entity Number à Singapour: S73FC2261L) est constitué en Suisse avec une responsabilité limitée.

23C014A\_IS