

Table of Contents

economie

Dans le premier magasin discount Atacadao de France : décor minimal, petits prix et un peu « le bazar » - 3

Le lancement d'Atacadao en France, symbole de l'essor du discount et de l'angoisse du pouvoir d'achat - 4

Tourisme : à Paris, un « trou d'air » avant les Jeux olympiques - 5

Peut-on donner une somme en conservant l'usufruit de cet argent ? - 6

Automobile : Smart dans ses nouveaux habits - 7

D'où viennent les appels commençant par 09-48 ou 01-62 ? Comprendre les règles du démarchage téléphonique - 8

La gare Saint-Denis-Pleyel, joyau du métro du Grand Paris, du projet à la réalité - 9

Les nouvelles gares du Grand Paris Express en pleine lumière - 10

Les primes pour les JO confirmées pour certains fonctionnaires - 11

Chez les classes moyennes, un vote marqué par la peur du déclassement - 12

Dans le premier magasin discount Atacadao de France : décor minimal, petits prix et un peu « le bazar »

Source: Le Monde

Date: Sun, 23 Jun 2024 00:00:00 GMT

[Link to article](#)

Carrefour a lancé, le 20 juin, à Aulnay-sous-Bois, en Seine-Saint-Denis, sa filiale de discount brésilienne. Il s'agit d'un défi pour le géant de la distribution. Ce concept de magasin-entrepôt est nouveau pour le public français, qui va devoir en apprivoiser le fonctionnement.

A 10 heures, jeudi 20 juin, il n'y a pas encore foule dans les allées du premier Atacadao de France fraîchement inauguré. Quelques minutes plus tôt, Alexandre Bompard, PDG du groupe Carrefour, et Bruno Beschizza, maire (Les Républicains) d'Aulnay-sous-Bois (Seine-Saint-Denis), coupaiient le ruban tricolore, entourés de quelques employés du magasin.

Présentée comme un « bouclier anticrise » qui redonnerait aux habitants de Seine-Saint-Denis leur pouvoir d'achat, l'enseigne est fondée sur un modèle de cash & carry (vente à prix de gros), rarement vu en France selon les experts du secteur.

Acquis en 2007 par Carrefour, Atacadao est une chaîne de magasins de hard-discount destinés aux professionnels et aux particuliers avec une gamme de produits resserrée (deux fois moins de références qu'en supermarché classique). Les prix, dégressifs, diminuent avec la quantité achetée. Le concept est originaire du Brésil et s'est déjà déployé au Maroc, deux zones dans lesquelles la

filiale enregistre une croissance soutenue.

Sans intermédiaires

La promesse de M. Bompard : des offres de « 10 % à 15 % moins chères que le prix du marché ». En rayon, les clients ne sont pas unanimes. Denis (les personnes citées dont le nom n'apparaît pas ont souhaité garder l'anonymat), 56 ans, étudie le rayon des produits coréens. Il a déjà travaillé dans la grande distribution et connaît les prix de ses articles préférés par cœur. Lui assure que dans l'ancien magasin Carrefour, « les pâtes de riz de marque distributeur étaient à 1,09 euro ». « Maintenant, c'est 1,13 euro pour exactement le même packaging. »

Comme lui, ils sont nombreux, le portable à la main, à comparer les prix à ceux des enseignes concurrentes. Mais pour Richard, retraité de 85 ans qui habite dans la municipalité voisine du Blanc-Mesnil (Seine-Saint-Denis), ça ne fait aucun doute, les prix n'ont « rien à voir avec ceux du Carrefour » qui se tenait là précédemment. Il montre les vingt pêches dans son chariot qu'il a eues pour 86 centimes, mais qu'il aurait « facilement » payées 3 euros ailleurs.

Pour proposer ces prix concurrentiels, Atacadao use de plusieurs techniques. D'une part, les fournisseurs livrent directement le magasin sans passer par des entrepôts intermédiaires. D'autre part, l'enseigne guette les bonnes affaires sur les marchés et procède à des achats massifs, permettant d'en négocier les prix auprès des fournisseurs. Enfin, Atacadao s'évite des dépenses en communication et en aménagement du magasin. Hormis sur quelques bus, quasiment aucune publicité, même à Aulnay-sous-Bois.

Le magasin, un hangar de 10 000 mètres carrés avec un sol en béton ciré, est fonctionnel et sobrement décoré. Quelques couleurs et dessins sur les banderoles, mais le tout reste minimaliste, comparé aux supermarchés traditionnels.

Chez Atacadao, les produits sont présentés sur de hautes structures en métal façon entrepôt, avec les stocks placés sur les étagères supérieures encore emballés. Toutes les allées (hormis en ce qui concerne la boulangerie et la boucherie, un peu séparées du reste du magasin) sont numérotées et présentées de la même façon. « Les allées sont plus spacieuses qu'avant, ça, c'est bien », juge Magdaleone, habituée de l'ancien Carrefour, « mais ça manque de gaieté ».

L'enseigne promet 70 % de marques françaises

En rayon, pour le premier jour, certains relèvent quelques « couacs » : des prix parfois non indiqués, des rayons surgelés vides et des boîtes en carton qui traînent encore. « On doit aller voir en caisse, personne ne sait comment ça se passe, c'est le bazar », dit en soufflant une cliente pressée en sortant des caisses.

Mais le format est-il adapté au consommateur hexagonal ? C'est une des questions qui ont été adressées à l'enseigne. Non seulement les Français ne sont pas friands d'achat en gros (ils préfèrent les achats réguliers en quête de la bonne promotion), mais ils aiment les produits frais et sont attachés à leurs marques favorites. Selon le sociologue de la consommation Patrice Duchemin, pour les acheteurs, ces marques sont des points de repère lorsqu'ils发现 un magasin. Il estime que, pour les enseignes inconnues, elles sont déterminantes pour attirer le client, le mettre en confiance et le fidéliser.

Carrefour s'est voulu rassurant en promettant un fonctionnement certes fondé sur le modèle brésilien, mais avec une offre « singulière », adaptée aux attentes d'une clientèle française : des produits bio et une sélection des produits frais. L'enseigne promet 70 % de marques françaises,

dont seulement 25 % de produits vendus sous des marques de distributeur. En magasin, le pari semble réussi, les allées sont pleines de logos bien connus du grand public : Ben & Jerry's, Bonne Maman, Eastpak, Ariel ou Clairefontaine.

Bien qu'unique en son genre en France, l'installation d'Atacadao s'inscrit dans une tendance d'explosion du hard-discount en France. Selon Kantar, entre 2021 et mars 2024, la part des foyers français ayant acheté des produits de grande consommation dans des « solderies » est passée de 21 % à 33 %. L'enseigne arrive après le pic de la crise inflationniste, mais « la montée du hard-discount ne va pas refluer », assure Ano Kuhanathan, économiste. Il relève qu'il n'y a plus de « complexe à acheter en discount », et que l'important aujourd'hui pour les consommateurs, c'est de sentir qu'ils peuvent « toujours consommer en abondance sans besoin de se restreindre ».

Le lancement d'Atacadao en France, symbole de l'essor du discount et de l'angoisse du pouvoir d'achat

Source: Le Monde

Date: Sun, 23 Jun 2024 00:00:00 GMT

[Link to article](#)

L'arrivée de la marque de magasins à bas prix du Groupe Carrefour illustre l'impressionnante croissance de ce marché, nourri par l'inflation. Action est, elle, l'enseigne préférée des Français depuis deux ans.

Après le néerlandais Action, le danois Normal, l'américain Costco, l'espagnol Primaprix, un nouveau supermarché low cost a fait son entrée en France. Venu du Brésil, cette fois, un pays habitué aux fortes fluctuations de prix et aux problématiques de pouvoir d'achat. Atacadao a ouvert son premier magasin français, jeudi 20 juin, à Aulnay-sous-Bois, en Seine-Saint-Denis, dans le centre commercial O'Parinor, à la place d'un hypermarché du Groupe Carrefour. L'enseigne spécialisée dans la vente en libre-service de gros (cash & carry), acquise par le géant français de la distribution en 2007, rencontre un vif succès au Brésil. Ses 366 magasins réalisent les deux tiers du chiffre d'affaires de Carrefour dans ce pays.

Dans ce nouveau supermarché de 10 000 mètres carrés destiné aux particuliers comme aux professionnels s'alignent, sur des grands racks en métal à la manière d'un entrepôt, des produits « de taille habituelle ou en gros conditionnement comme ces sacs de 5 kilos de spaghetti ou de farine à des prix dégressifs en fonction des quantités achetées », résume Noël Prioux, directeur exécutif chargé du projet Atacadao chez Carrefour. Un supermarché où Carrefour promet « les prix les moins chers à plusieurs dizaines de kilomètres » comme réponse à la crise du pouvoir d'achat.

Car l'appétit des Français pour les enseignes low cost n'a fait que progresser au fil des ans. Le développement de la chaîne Action, fréquentée par 46 % des ménages selon Nielsen (+ 1,7 million en un an à fin mars), illustre la montée, année après année, de cette angoisse des fins de mois. Enseigne préférée des Français du classement EY-Parthenon pour la seconde année d'affilée en 2024, le discounter a ouvert 818 magasins en France depuis son arrivée, en 2012. Quasiment autant qu'il existe de magasins Monoprix, la filiale du groupe Casino, qui possédait 861 points de vente fin 2023. Arrivé mi-2019, le danois Normal affiche déjà 150 magasins. L'enseigne toulousaine C'est 2 euros a annoncé, jeudi 20 juin, l'ouverture de sa 45e boutique, le 29 juin, à Paris.

Débusquer un trésor

Dans ces magasins de discount et de déstockage qui fourmillent de marchandises ayant traversé la planète ou d'excédents de production d'usines étrangères, les Français sont d'abord allés, de manière ludique, pour y dénicher de bonnes affaires : des objets de décoration, câbles de téléphone, bassines et boîtes de rangement. Le tout vient souvent de Chine et est vendu pour une poignée d'euros, bien moins cher que dans un hypermarché. Et puis, avec l'augmentation du coût de la vie, les acheteurs y sont retournés plus régulièrement. Ainsi, 65 % des Français disent désormais fréquenter les enseignes de discount plus souvent qu'avant la forte inflation, selon une étude d'Havas Commerce, parue fin mars.

C'est le cas de Suzanne, 55 ans, et de sa fille, qui écarquillent les yeux comme des enfants dans un magasin de jouets, le 5 juin, devant le rayon des produits d'hygiène du discouter Maxi Bazar qui vient d'ouvrir dans le 18e arrondissement de Paris. D'un geste vif, elles se précipitent sur un gel douche à l'huile d'Argan de la marque Dove à 2,99 euros, comme si elles venaient de débusquer un trésor. « Il coûte 5 euros chez Monoprix ! », s'exclame cette mère de famille qui travaille dans le bâtiment, tout en faisant pivoter le flacon pour vérifier qu'il est identique à celui qu'elle achète habituellement.

Mère et fille sont entrées dans la boutique par hasard, avant de faire un saut chez Normal, le discouter danois situé sur le trottoir d'en face. Un lieu qu'elles affectionnent « surtout pour les produits de maquillage, sympas et moins chers ». Car Suzanne, veuve avec quatre enfants, est « bien obligée de faire des économies », d'autant qu'elle a promis à sa fille que, cette fois, elle « n'achètera pas de conneries ».

Une sensation d'avoir du pouvoir d'achat

Comme elles, 33 % des foyers français – c'était 21 % en 2021 – ont fait des achats dans des « soldgeries » (enseignes de déstockage comme Noz et Stockomani, ou de prix bas comme Action et Normal) au cours des douze derniers mois à fin mars, selon le panéliste Kantar. Ils y dépensent 67 euros par an en moyenne. « Sur 100 articles de grande consommation achetés en France, 1,4 l'est en solderie. C'était 0,7 % en 2021 », résume Frédéric Valette chez Kantar.

Un moyen aussi pour les consommateurs de retrouver dans ces boutiques cette sensation de pouvoir d'achat qu'ils ont perdu avec la flambée des prix. Plus de 59 % des personnes interrogées par Havas Commerce déclarent réaliser plus de 11 % d'économies grâce au discount. Jean-Marie Pomarès, le président de Maxi Bazar – 180 millions d'euros de chiffre d'affaires en France en 2023 [+ 3 %] et 70 magasins –, a senti le filon, au moment où les prix commençaient à s'envoler dans les supermarchés.

Dans ses magasins où il vend principalement des articles de bazar et d'équipement pour la maison (draps, tringles à rideau, valises...), il a mis, début 2022, davantage de produits d'hygiène et d'entretien de grandes marques en déstockage, vendus « 15 % à 20 % moins cher que dans les grandes surfaces ». Jusque-là dispersés « à dose homéopathique » au milieu des bassines et balais, il en a fait un rayon à part entière comme dans un supermarché. Résultat : les clients adorent et la fréquentation de ses magasins est en hausse. L'économie du prix bas n'a pas fini de progresser.

Tourisme : à Paris, un « trou d'air » avant les Jeux olympiques

Source: Le Monde

Date: Sun, 23 Jun 2024 00:00:00 GMT

[Link to article](#)

Moins de voyageurs professionnels, moins de touristes... Cette année, la perspective des Jeux olympiques a détourné une part significative des visiteurs de la capitale. Les hôtels font des rabais.

Une pause avant la folie des Jeux. En ce mois de juin, à Paris, les groupes de touristes autour de Notre-Dame sont un peu plus épars, les monuments respirent, au grand bonheur des visiteurs. La tendance devrait se poursuivre jusqu'aux Jeux olympiques (JO), et même s'accentuer pendant les trois premières semaines de juillet, période où les arrivées aériennes à Paris, un bon baromètre de l'activité touristique dans la capitale, « sont en recul de 15 % par rapport à la même période en 2023 », indique Corinne Menegaux, directrice de l'office de tourisme de Paris.

Si les touristes peuvent profiter d'une ville moins dense, les hôteliers parisiens font grise mine. Ainsi, pour la semaine du 24 au 30 juin, ils enregistrent un taux d'occupation moyen de 63 %, selon les données du cabinet MKG, qui se base sur un panel de 278 établissements parisiens. En 2023, à la même époque, ces taux oscillaient entre 80 % et 85 %.

Et pour la première quinzaine de juillet, la moitié des chambres sont vides. « La période n'est pas terrible... Alors que, normalement, juin est l'un des meilleurs mois pour l'hôtellerie dans la capitale », reconnaît Olivier Cohn, directeur général de Best Western France – ce mois-ci, ses hôtels parisiens enregistrent un chiffre d'affaires en recul de 15 % par rapport à l'année dernière.

Communication « rebutante »

Ce phénomène était attendu : Londres avait connu le même effet d'éviction en 2012, juste avant les JO. La perspective de ce méga-événement décourage certains voyageurs qui auraient pu venir à Paris, mais qui préfèrent reporter, anticipant des difficultés pour se déplacer, pour accéder à certains sites, ou bien une flambée des prix. « Les gens reportent leur projet, ou bien viennent pour les JO. Nous avons moins d'Américains à Paris en ce moment, mais c'est la première population étrangère qui sera là pendant les Jeux », remarque la directrice de l'office de tourisme de Paris.

Certains hôteliers se montrent néanmoins critiques vis-à-vis de la communication réalisée autour des Jeux, jugée « rebutante » par Pascal Donat, président du groupe Valotel, qui possède quatre hôtels à Paris. « Nous avons entendu de nombreux messages anxiogènes... Les gens se sont dit "Cet été, Paris, je n'y mets surtout pas les pieds" », remarque-t-il.

Au comité régional du tourisme de Paris - Ile-de-France, on a sorti les rames. « Contrairement à ce qu'on pourrait penser, Paris n'est pas fermée ! A part quelques sites, comme les Invalides ou la Concorde, tout reste accessible », insiste Christophe Decloux, le directeur de cette structure, qui a lancé ces derniers jours des campagnes de promotion à destination des Belges, des Britanniques, des Néerlandais ou des Suisses susceptibles de se décider à la dernière minute pour un week-end à Paris. Il tente d'attirer les visiteurs avec les événements autour des 150 ans de l'impressionnisme, qui passent un peu sous le radar dans le contexte actuel.

« Période morose »

L'absence des voyageurs s'explique aussi « par la fermeture de principaux lieux événementiels comme la Porte de Versailles, le Stade de France ou Paris la Défense Arena, en pleine préparation pour les Jeux », indique le groupe Accor, qui, en ce mois de juin, constate aussi une baisse de fréquentation de ses établissements parisiens. Tout comme les touristes, la clientèle d'affaires est moins nombreuse. « Certaines entreprises déconseillent à leurs salariés de voyager à Paris pendant tout l'été et n'y organisent aucun séminaire ou congrès », confie Olivier Cohn.

A cela s'ajoute, pour les Français, un climat peu propice aux escapades, avec deux dimanches d'élection en perspective. « C'est une période morose. La météo, l'incertitude politique, les tensions sur le pouvoir d'achat... Les gens sont déboussolés, frileux dans leurs décisions de déplacements. Quand ils viennent, c'est du dernier moment », confie Michel Delloye, président d'un groupe qui possède plusieurs hôtels, comme le Monte Cristo ou La Belle Ville.

Face à cette situation, les hôtels baissent leurs prix. Pour le dernier week-end de juin, on trouve ainsi des trois-étoiles à moins de 100 euros la nuit, que cela soit à Montparnasse, à Montmartre, ou dans l'Est parisien. Une situation qui pousse les clients à être opportunistes : ils annulent des réservations pour basculer sur d'autres hôtels devenus moins chers, faute de remplir. « Les taux d'annulation sont colossaux en ce moment. Sur Booking, cela peut aller jusqu'à 50 % des réservations effectuées », confie l'hôtelier Michel Delloye.

Prix deux fois plus élevés

Reculer pour mieux sauter ? Certes, la période des Jeux s'annonce bien meilleure pour les professionnels du tourisme à Paris. Toutefois, certains hôtels sont encore loin d'être plein : le taux d'occupation moyen est, à ce jour, de 70 % pour la période, selon les données de MKG.

Les prix sont deux fois plus élevés qu'habituellement (381 euros en moyenne la chambre, contre 161 euros en août 2023), mais les hôteliers hésitent à baisser encore leurs tarifs. Ils déplorent tous le manque d'informations sur le nombre de billets encore disponibles, susceptibles de faire venir des gens à Paris.

« Finalement, les bons résultats que nous allons faire pendant les JO ne vont faire que rattraper le creux actuel », conclut Olivier Cohn. Pas de miracle olympique pour les hôteliers.

Peut-on donner une somme en conservant l'usufruit de cet argent ?

Source: Le Monde

Date: Sun, 23 Jun 2024 00:00:00 GMT

[Link to article](#)

Il n'est plus possible de déduire de la succession une somme d'argent transmise par une donation avec réserve d'usufruit, explique Stéphane Jacquin, associé-gérant, responsable de l'ingénierie patrimoniale chez Lazard Frères Gestion.

S'il est possible juridiquement de donner une somme d'argent avec réserve d'usufruit, cela n'est plus possible fiscalement depuis la promulgation de la loi de finances pour 2024, le 29 décembre 2023.

En pratique, lorsque l'on donne une somme d'argent avec réserve d'usufruit, on reste en possession de la somme donnée et on peut l'utiliser comme si on en était propriétaire ; on parle alors de quasi-usufruit. Le nu-propriétaire, quant à lui, détient une créance sur le quasi-usufruitier, à faire valoir lors de l'extinction de l'usufruit. C'est-à-dire, le plus souvent, lors du décès de l'usufruitier.

Cette situation avait conduit l'administration fiscale à contester une telle donation sur le fondement de l'abus de droit, elle considérait que la donation n'était pas réelle.

Dans un avis du 11 mai 2023, le comité de l'abus de droit fiscal (instance qui, en cas de litige, peut être saisie par le contribuable ou par l'administration) avait toutefois donné tort à l'administration et validé les donations de somme d'argent avec réserve d'usufruit.

Finalement, la loi de finances pour 2024 a privé d'effet fiscal les donations de somme d'argent avec réserve d'usufruit, par une disposition qui empêche désormais de déduire fiscalement, dans la succession du quasi-usufruitier, la dette résultant de la donation de somme d'argent avec réserve d'usufruit.

Automobile : Smart dans ses nouveaux habits

Source: Le Monde

Date: Sun, 23 Jun 2024 00:00:00 GMT

[Link to article](#)

Promue antichambre de Mercedes, la marque a engagé une stratégie que la localisation de sa production en Chine pourrait contrarier.

Oubliez tout ce que vous savez sur Smart. La Fortwo, puce des villes qui se gare dans un mouchoir de poche, et la Forfour, jumelle de la Renault Twingo, appartiennent à un passé révolu. Cette marque, qui ambitionne désormais de constituer un catalogue 100 % électrique composé de modèles de tous les gabarits, a fait sa révolution.

Smart n'est plus la propriété exclusive de Mercedes. Le constructeur allemand a préféré constituer, en 2020, une joint-venture à parts égales avec le groupe chinois Geely (propriétaire de Volvo, actionnaire de Renault et d'Aston Martin, notamment), afin d'atteindre un niveau de production suffisant pour assurer la rentabilité du projet.

Smart a aussi rompu les amarres avec la France, en cédant aux Britanniques d'Ineos son usine d'Hambach (Moselle) – d'où sort le Grenadier, un 4 × 4 à l'ancienne –, afin de délocaliser sa production en Chine, dans une usine qui fabrique en parallèle la Volvo EX30, conçue sur la même base technique.

Qualité de fabrication

Ce virage sur l'aile installe la marque sur un territoire nouveau. Mercedes a décidé de monter d'un cran dans l'univers du luxe automobile et ne renouvelera pas ses modèles Classe A et Classe B pour mieux laisser à Smart le soin de proposer des modèles chics qui feront office de marchepied vers la firme à l'étoile. Les partenaires se sont réparti les rôles. A l'actionnaire allemand, le design. Son partenaire s'occupe du reste.

Après avoir lancé la #1, un modèle compact au style un peu ingrat, Smart introduit la #3, un SUV au profil de coupé long de 4,20 mètres et à l'allure nettement plus avenante. Les panneaux de carrosserie lisses composent une enveloppe extérieure dont se dégage une certaine sérénité. L'arrière incliné avec un vitrage latéral qui va en s'aminçissant rappelle celui des Mercedes électriques et donne du dynamisme au profil de cette voiture point trop haute, aux portières dépourvues d'encadrement.

La Smart #3 présente une qualité de fabrication au-dessus de tout soupçon, malgré des matériaux parfois décevants, et préfère offrir de l'espace aux passagers de l'arrière plutôt que du volume de chargement. Le coffre (370 litres) n'est pas très généreux, et la présence d'un petit espace de sous le capot ne modifie pas vraiment la donne.

Proposée avec une batterie LFP de 49 kilowattheures (kWh, 325 kilomètres d'autonomie) ou une batterie nickel-manganèse-cobalt (NMC) de 66 kWh (435 ou 455 kilomètres, selon la version), la voiture bénéficie d'une puissance de charge (130 ou 150 kW) rassurante avant un long trajet. D'autant qu'elle présente, malgré une masse de 1,8 à 1,9 tonne, des niveaux de consommation assez bas. En conduisant le pied léger, on peut sans difficulté atteindre des niveaux en deçà de la valeur d'homologation (16,3 kWh aux 100 kilomètres, selon le protocole Worldwide Harmonized Light Vehicles Test Procedures).

Deux mauvaises nouvelles

Le calibrage de la direction comme le tarage des suspensions ne soulèvent pas de critiques, alors que la présence d'un système e-Pedal permettant d'amplifier le frein moteur rend cette propulsion aux roues arrière agréable à mener en ville et sur route sinuose. Seule ombre au tableau, le rayon de braquage (11 mètres) ne facilite pas les manœuvres. Tout en haut, la très sportive version Brabus hérite d'un deuxième moteur (installé à l'avant) qui porte sa puissance à 428 chevaux contre 275 chevaux pour le reste de la gamme, afin, sans doute, de complaire à une clientèle allemande très portée sur les voitures qui décoiffent.

L'arrivée de la Smart #3, voiture apparemment bien née, s'annonçait sous les meilleurs auspices. Sur le segment des électriques « premium » point trop grosses, la concurrence ne fait pas – encore – rage et, malgré sa dénomination un tantinet surfaite, cette voiture semblait devoir vite trouver sa place. Le tarif n'est certes pas donné (de 37 315 euros à près de 50 000 euros pour la version Brabus), mais il se situe dans une moyenne conforme aux électriques de cet acabit.

Deux mauvaises nouvelles sont venues, coup sur coup, contrarier ce pari. D'abord, la suppression du bonus écologique pour les automobiles électriques fabriquées en Chine, puis l'augmentation des droits de douane imposée à ces mêmes véhicules. Le groupe Geely se prépare à voir ces derniers passer de 10 % à 30 % du prix de vente. Même si la fabrication dans l'usine de Ningbo, une ville portuaire de l'est de la Chine, dégage une jolie marge bénéficiaire, il semble peu probable que le tarif des #3 reste gravé dans le marbre. Avant même d'avoir mangé son pain blanc, la Smart germano-chinoise va devoir reconstruire son modèle économique.

D'où viennent les appels commençant par 09-48 ou 01-62 ? Comprendre les règles du démarchage téléphonique

Source: Le Monde

Date: Sun, 23 Jun 2024 00:00:00 GMT

[Link to article](#)

Malgré une loi en 2020 et plusieurs décrets les années suivantes, le flou concernant le démarchage téléphonique reste total pour une partie des consommateurs.

Tous les jours ou presque, ces numéros qui commencent par 09-48 ou 01-62 tentent de nous joindre pour nous vendre un nouveau forfait téléphonique, des fenêtres, des tests d'audition. Pour prospection des clients potentiels, les entreprises utilisent des numéros de téléphone à chaque fois différents, ce qui rend compliqué l'identification des personnes qui se cachent derrière ces appels. Malgré l'existence de textes législatifs depuis 2020, de nombreux démarcheurs réussissent à passer entre les mailles du filet pour vendre leurs produits, pendant que d'autres en profitent pour monter des arnaques.

Le démarchage téléphonique et la lutte contre les appels frauduleux sont encadrés par la loi Naegelen de juillet 2020 et par un décret d'octobre 2022, entré en vigueur en mars 2023, qui précise les horaires et les jours où le démarchage est possible. Du lundi au vendredi, de 10 heures à 13 heures et de 14 heures à 20 heures, les entreprises peuvent contacter par téléphone de potentiels clients pour vendre leurs services – la pratique est donc interdite le soir, les week-ends et les jours fériés. Autre restriction : les sociétés de démarchage ne sont pas autorisées à appeler plus de quatre fois en l'espace d'un mois.

Pour les appels concernant les rénovations énergétiques, la règle est encore plus stricte. Il est formellement interdit de faire du démarchage téléphonique sur ce sujet. En cas de violation de l'une de ces règles, le démarcheur s'expose à une amende de 75 000 euros, selon l'article L. 242-16 du code de la consommation, et jusqu'à 375 000 euros si l'infraction est commise par une personne morale.

Concernant le démarchage publicitaire par automate (ou messages téléphoniques préenregistrés), la loi l'autorise seulement si le consommateur a préalablement donné son accord pour recevoir ce type d'appels – en ayant par exemple coché sur le site Web de l'entreprise l'option « J'accepte que mes informations soient utilisées pour de la prospection commerciale ».

Depuis le 1er janvier 2023, les démarcheurs ne peuvent plus utiliser de numéros mobiles commençant par 06 ou 07, désormais réservés aux « services de communication interpersonnelle ». L'Autorité de régulation des communications électroniques, des postes et de la distribution de la presse (Arcep) a réservé des séries de numéro aux professionnels souhaitant faire du démarchage en toute légalité – ce qui permet aussi aux personnes qui reçoivent ces appels de repérer la provenance des numéros qui cherchent à les contacter.

En fonction des régions, les quatre ou les cinq premiers chiffres varient selon le plan de numérotation de l'Arcep :

Même si elles se ressemblent, il ne faut pas confondre ces racines de numéros avec celles des livreurs, des conducteurs de VTC et des autres services après-vente, dont les numéros

commencent par 09-37, 09-38 et 09-39.

Le gouvernement a mis en place la plate-forme Bloctel, permettant aux particuliers de ne plus être contactées par téléphone par des démarcheurs. Il suffit de renseigner, sur le site, jusqu'à dix numéros de téléphone fixe ou mobile qu'on souhaite bloquer. Avant d'effectuer des appels, les vendeurs doivent en principe vérifier s'ils ne sont pas inscrits sur les listes Bloctel. Ces numéros, même bloqués, peuvent appeler dans un but non commercial et publicitaire.

Si un démarcheur ne se plie pas à l'une de ses règles, il s'expose à une amende en vertu de l'article L.522-1 du code de la consommation. En 2022, par exemple, EDF a été condamné à une amende de 600 000 euros de la part de la Commission nationale de l'informatique et des libertés (CNIL) pour non-respect de ses obligations en matière de prospection commerciale et de droits des personnes. La chaîne de télévision Canal+ s'est vu infliger la même sanction en 2023.

Cependant, l'inscription sur cette plate-forme ne semble pas suffire dans la pratique. « Toutes les sociétés ne passent pas par Bloctel alors que c'est obligatoire, déplore Hélène Lebon, avocate en droit numérique contactée par Le Monde. La DGCCRF [direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes] a d'ailleurs déjà sanctionné des démarcheurs pour cela. »

Pour Me Lebon, il faudrait aussi davantage sanctionner les data brokers, ces entreprises qui collectent et vendent des bases de données aux grandes entreprises pour qu'elles puissent faire de la prospection téléphonique. « Malgré les amendes de la CNIL contre EDF et Canal+, très peu de sanctions sont prises contre les data brokers. J'ai été surprise quand j'ai vu que la CNIL avait seulement ordonné à la société Tagadamedia de mieux collecter les données, alors qu'elle revendique faussement avoir recueilli douze millions de prospects sans contourner la loi. »

Pour se prémunir de ces appels publicitaires, il est aussi possible de se rendre sur le site Internet J'alerte l'Arcep pour dénoncer les numéros frauduleux. On peut également signaler les messages écrits et vocaux douteux dans le cadre de la lutte antispam, par SMS au 33-700.

La loi limite fortement les démarchages commerciaux à partir d'indicatifs correspondant à des numéros de portable (06 et 07). Pourtant, il n'est pas rare d'en recevoir. La prudence est recommandée vis-à-vis de ces appels, qui peuvent déboucher sur des escroqueries : les interlocuteurs peuvent se faire passer pour des banquiers ou des assureurs pour soutirer des données sensibles.

Ces démarcheurs frauduleux utilisent une technique appelée spoofing (usurpation). Pour faire apparaître un numéro commençant par 06 ou 07, ils se servent de logiciels comme IPBX, initialement exploité par les entreprises pour appeler de façon sécurisée. Ces numéros de téléphone portable peuvent déjà exister et appartenir à des personnes de bonne foi, qui ne sont pas au courant de ces manœuvres.

La loi Naegelen impose aux opérateurs téléphoniques de mettre en place un « dispositif d'authentification » pour « confirmer l'authenticité d'un appel ou message destiné à l'un de ses clients utilisateurs finals ou transitant par son réseau ». Sans cette certification, l'opérateur doit interrompre « l'acheminement de l'appel ou du message ».

Dans un e-mail, communiqué au Monde, l'Arcep assure être « en charge de veiller à la mise en place du MAN (mécanisme d'authentification des numéros) par les opérateurs ». Même si cette loi pourrait faire diminuer les nuisances pour les utilisateurs dont le numéro a été usurpé, « l'Arcep tient à préciser (...) que l'entrée en vigueur de la loi Naegelen, et en particulier du MAN, n'est pas

une fin en soi » et encourage les victimes à signaler les problèmes « sur la plate-forme J'alerte l'Arcep » et à « porter plainte contre X pour usurpation d'identité ». Selon l'article L.226-4-1 du code pénal, ce délit prévoit une peine pouvant aller jusqu'à un an d'emprisonnement et 15 000 euros d'amende.

Malgré ces mesures, le spoofing reste attractif pour les arnaqueurs, qui peuvent toujours appeler avec des 06 et des 07 de l'étranger sans être inquiétés. Pour contrer ces agissements frauduleux, l'avocate Hélène Lebon précise que « les entreprises victimes de ces usurpations, comme les banques, ont dû monter leur niveau de sécurité avec plus d'authifications sur les applications et des campagnes de sensibilisation pour leurs clients ».

Dans une campagne de sensibilisation, la Fédération bancaire française rappelle un réflexe à adopter pour éviter les fraudes : « Ne jamais donner ses codes, mots de passe et identifiants bancaires, même à sa banque, qui ne les demandera jamais. »

La gare Saint-Denis-Pleyel, joyau du métro du Grand Paris, du projet à la réalité

Source: Le Monde

Date: Sun, 23 Jun 2024 00:00:00 GMT

[Link to article](#)

Projet phare du Grand Paris Express, stratégique dans le dispositif des JO, le hub conçu par l'agence du Japonais Kengo Kuma devrait être inauguré lundi 24 juin par Emmanuel Macron.

C'est peu dire qu'elle était attendue. Stratégique dans le dispositif des JO, la gare Saint-Denis-Pleyel est à la fois le projet phare du Grand Paris Express, hub majeur conçu pour relier entre elles les lignes 14, 15, 16 et 17 du réseau ainsi que leur cousine D du RER, et son joyau le plus précieux. Les images produites par l'agence du Japonais Kengo Kuma, lauréat du concours international d'architecture lancé pour ces hubs en 2013, présentaient le bâtiment comme une imbrication de volumes anguleux et asymétriques sertis d'un rideau de fines colonnes de bois, légères comme un château de cartes. Sur les images du projet, une lumière chaleureuse en émanait, la nuit, insufflant une douceur et un raffinement inédits dans le paysage rugueux où il venait s'insérer, entre les voies du chemin de fer et le carrefour Ornano-Pleyel, à Saint-Denis (Seine-Saint-Denis). Massivement médiatisées, ces représentations auront forgé ces dernières années un visage des plus aimables au Grand Paris Express. Tandis que les tunneliers éventraient les sous-sols de l'Ile-de-France, que les promoteurs saturaient l'horizon des futures gares de programmes de logements et de bureaux, elles recouvriraient ce projet pharaonique d'une aura presque magique.

Qu'en est-il en réalité, alors que la gare Saint-Denis-Pleyel devrait être inaugurée par Emmanuel Macron, lundi 24 juin ? La silhouette qui se profile depuis la partie ouest de Saint-Denis se distingue par ses volumes empilés (sur quatre niveaux) avec de légers décalages, comme des soufflets que l'on aurait imbriqués les uns dans les autres. Un grand emmarchement qui s'élève en pente douce depuis une esplanade très minérale, même si plantée de petits arbres, une rampe qui le prolonge dans le sens opposé pour rejoindre, à 9 mètres au-dessus du sol, l'entrée de la station et la passerelle qui file jusqu'à l'entrée du RER lui confèrent une certaine dynamique. Mais l'effet est d'ordre visuel. Les boîtes ont beau se rétrécir à mesure que l'on s'élève, pivoter de quelques

degrés les unes sur les autres, se projeter en porte-à-faux, se draper dans des enveloppes en forme d'origami, tout en lignes brisées, la structure orthogonale ne ment pas. Sa massivité renvoie au registre du mirage la légèreté que nous vendaient les images.

Un caractère rétrofuturiste

La qualité boisée, signature de Kengo Kuma qui semblait faire l'identité du projet, s'est elle aussi diluée entre la représentation en 3D et la réalisation en dur. La façade est bien scandée par des brise-soleil en chêne (lamellé-collé, non traité), mais le verre et le métal dominent. Quant à la structure, elle est, logiquement pour un projet de cette nature, en béton et acier. Ces décalages de perception pourraient paraître anecdotiques si l'image ne jouait pas un tel rôle dans la sélection des projets par voie de concours et dans la communication politique. Kuma n'est pas responsable de la situation. Il joue seulement sa partie dans un système qui pousse les architectes à produire des images de plus en plus fantasmées, au risque de dévaloriser l'architecture en tant que telle. Cela ne doit pas occulter les qualités réelles de son ouvrage.

Vedette du projet, la grande faille qui plonge jusqu'au niveau des quais, à 28 mètres sous terre, desservant trois paliers dévolus aux interconnexions, aux services de la gare et aux commerces. Lardée de passerelles et de rangées d'escaliers mécaniques qui lui donnent un caractère puissamment rétrofuturiste, elle baigne dans la lumière du jour qui s'engouffre depuis une grande verrière. C'est là, plus qu'ailleurs, que le bois joue son rôle, les parois de la faille étant recouvertes de grands panneaux d'épicéa trois plis qui donnent à ce vide grandiose un relief sensuel et luxueux, d'autant plus appréciable qu'il promet une acoustique agréable. Sur un de ces deux grands murs, une installation de Prune Nourry rassemble des dizaines de sculptures qui évoquent les Vénus du paléolithique, formant comme deux tentures en relief que l'on aurait déroulées sur toute la hauteur. Imaginée dès les premiers stades de la conception du projet, en vertu de ce principe qui a consisté à associer à chaque architecte des gares du Grand Paris Express un ou une artiste, cette « armée de Vénus » contribue à forger l'identité du lieu.

Le Grand Paris Express impose par ailleurs un nouveau design (réalisé par Patrick Jouin) – des assises en particulier d'une originalité déconcertante, conçues pour soutenir les fesses des voyageurs en position debout autant que pour décourager les personnes sans domicile fixe de s'aventurer dans de telles profondeurs – et une nouvelle signalétique (signée Ruedi Baur). Pas de publicité sur les quais (il y en aura quelques-unes dans la station, mais en nombre limité), mais des fresques réalisées par des graphistes, des auteurs de BD. Ici, en l'occurrence, l'Espagnol Sergio Garcia Sanchez s'est attelé à l'ouvrage.

Expositions temporaires

Pour la lumière du jour, il faut sortir de l'enceinte des quais. C'est au pied des escalators que le ciel révèle sa couleur, comme une invitation à nous éléver jusqu'à lui. C'était l'enjeu du projet, explique Aurélie Vernon, l'architecte en chef du projet chez KKAA : « Notre objectif était d'éviter la sensation de désorientation qu'on peut avoir dans certaines gares souterraines. Notre stratégie, pour y arriver : une géométrie simple, faire entrer la lumière naturelle, multiplier les covisibilités, et ces lames de bois qui permettent de se situer dans l'espace. » Une fois en haut, le paysage de la ville s'offre à la vue à 180 degrés à travers la façade vitrée : la tour Pleyel (Bernard Favatier et Pierre Hérault, 1973) et sa nouvelle voisine (Sretchko Markovic, 2024), les quarante-huit voies de la SNCF et le franchissement urbain Pleyel, les hôtels qui poussent un peu partout à l'horizon, le chapiteau rouge de l'Académie Fratellini...

Autre spécificité de cette gare, son programme qui propose, en plus des services et des commerces, 5 000 mètres carrés d'« espace culturel » répartis entre les différents niveaux de la

superstructure. Cet élément ne figurait pas dans le brief du concours, mais les architectes avaient à cœur de faire un bâtiment qui soit plus qu'une gare. Et l'idée, visiblement, a séduit le jury. Saint-Denis et l'intercommunale Plaine Commune, pour autant, « ne voulaient pas d'un équipement qui risquait de grever leur budget », explique Pierre-Emmanuel Becherand, responsable de l'architecture et de la culture pour le Grand Paris Express. La gestion a donc été déléguée, dans le cadre d'un bail emphytéotique, à un opérateur privé : la fondation Art Explora, en partenariat avec le groupe immobilier Essor. Des expositions temporaires axées sur le numérique et les expériences immersives y seront programmées dans un espace spécifique, en contrebas de l'entrée principale. L'« espace culturel » comprendra par ailleurs une « pépinière d'entreprises créatives » ainsi qu'un restaurant, situé au deuxième étage du bâtiment, connecté à la vaste terrasse plantée qui se trouvera de facto réservée à ses clients.

Si elle n'a pas souhaité récupérer le projet culturel de la gare, la ville de Saint-Denis s'est fortement mobilisée en revanche pour donner au « franchissement Pleyel » la qualité d'un espace public accueillant, ouvert à tous, qui reconnecte les parties est et ouest de cette ville si durement scindée en deux. A l'origine, Gares & Connexions, le maître d'ouvrage de l'opération, l'avait imaginé comme un simple couloir de correspondance, réservé à ce titre aux seuls voyageurs. Il aurait coûté dix fois moins cher mais aurait constitué une occasion manquée. Avec son architecture généreuse et accueillante, l'ouvrage d'art conçu par Marc Mimram vient en effet réparer la balafré qui coupait historiquement la ville de Saint-Denis en deux. Pour des raisons liées à la topographie du site, le corps de la passerelle prend la forme d'un Y : un tronc commun qui se scinde en deux branches d'inclinaison différente, l'une étant vouée aux véhicules motorisés, l'autre aux piétons et aux mobilités douces.

De formidables volumes ovoïdes

En trois points différents, la structure s'extrude du tablier pour former de formidables volumes ovoïdes – les deux plus grands évoquant deux grandes carcasses de baleine, le plus petit un long rocher échoué sur la grève. En s'appuyant sur ces éléments spectaculaires et sur le dénivelé qui se creuse entre les deux branches, l'architecte ingénieur a installé des rangées de gradins et de bancs en bois massif dont la longueur paraît interminable en regard des standards actuels.

Ici encore, c'est une artiste qui donne son âme au lieu. La Suisse Nadine Schütz, en l'occurrence, qui a trouvé dans ces grandes carcasses offertes à l'appropriation un terrain d'expérimentation poétique inédit : les dizaines de tambours aux allures de soucoupes volantes qu'elle a suspendus sous la première répondent aux vibrations de la pluie et du soleil ; les cordes métalliques qu'elle a tendues dans la seconde font de la musique avec le vent.

Les nouvelles gares du Grand Paris Express en pleine lumière

Source: Le Monde

Date: Sun, 23 Jun 2024 00:00:00 GMT

[Link to article](#)

Après des années de travaux, plusieurs chantiers lancés à l'occasion des Jeux olympiques sont enfin dévoilés.

Formidable accélétratrice de chantier, l'échéance des Jeux olympiques aura conduit à l'ouverture en quelques semaines d'une douzaine de gares aux abords de Paris. Une moisson exceptionnelle par

son ampleur, qui recouvre une grande variété de situations. Les nouvelles stations de la ligne 11 sont pour l'essentiel des architectures souterraines qui répondent au cahier des charges de la RATP, identifiables à leurs kiosques d'accès (réalisés par Sovann Kim) ou à des éléments connexes comme le petit parvis qui conduit à la station La Dhuys (Richez associés), côté Rosny-sous-bois (Seine-Saint-Denis), ou le petit immeuble de logements qui surplombe, à Romainville (Seine-Saint-Denis), celle de place Carnot (Richez associés).

Sur la ligne 14, c'est différent. Les sept stations qui entrent en service lundi 24 juin constituent la première tranche livrée du Grand Paris Express. Comme toutes les gares de ce grand projet qui promet de révolutionner la mobilité en Ile-de-France, elles ont été conçues par un tandem associant un architecte et un artiste. Les résultats sont plus ou moins convaincants.

Avec ses quatre lignes desservies (même si seule la 14 est pour l'instant en fonction), Saint-Denis-Pleyel fait figure de vaisseau amiral et l'ouvrage livré n'est pas aussi renversant qu'on aurait pu l'espérer, le duo Kengo Kuma et Prune Nourry a su lui donner une réelle majesté. Les six autres ne servent qu'une seule ligne. Logiquement plus modestes, les projets sont aussi moins remarquables, même si certaines équipes s'en sortent mieux que d'autres. A L'Haÿ-les-Roses (Val-de-Marne), par exemple, l'intervention artistique de Noemi Schipfer et Takami Nakamoto, grand tableau mis en mouvement par des jeux de lumière qui sculptent à sa surface des formes évolutives, tire le meilleur parti du système de sheds métalliques imaginé par l'architecte Franklin Azzi pour faire entrer une lumière zénithale, de l'approche minimaliste qu'il a mise en œuvre, au plus près du béton, du verre et du métal brossé.

Dimension urbaine

On ne peut pas en dire autant d'Eva Jospin, à la station Kremlin-Bicêtre. L'artiste a dû se résoudre (pour des raisons budgétaires) à placer son installation à l'extérieur. Trois grands panneaux au relief irrégulier recouvrent ainsi une portion de la façade de la gare. Pour les protéger des agressions climatiques, Eva Jospin a dû couler son carton sculpté dans un béton de haute technicité. Le résultat, aussi incongru qu'inexpressif, se greffe sur une architecture des plus génériques (celle de Jean-Paul Viguier) que seule signale une grille de bois glissée sous le toit en verre, qui fait scintiller au sol, lorsqu'il fait beau, de jolies taches de soleil.

Les nouvelles stations de la ligne E du RER, dite « Eole », celle de la porte Maillot et celle de la Défense, sont plus impressionnantes. Réalisées par Jean-Marie Duthilleul, ancien patron de l'agence AREP, filiale de l'agence d'architecture de la SNCF, et grand artisan de nombreuses gares françaises, elles vont faciliter, pendant les Jeux, l'accès au site olympique de l'Arena de Nanterre. La station de la porte Maillot se distingue par sa dimension urbaine. Creusée sous le nouveau parvis du Palais des congrès, elle participe de la reconfiguration de cette place historiquement dysfonctionnelle qui révèle aujourd'hui son nouveau visage, après d'éprouvantes années de chantier. Plus de trace du gigantesque rond-point qui l'asphyxiait depuis son centre. Ne reste que ce grand axe routier, parfaitement linéaire, qui file désormais sans obstacle de l'Etoile à la Défense, et que le bois de Boulogne, dont l'emprise a été largement étendue, vient désormais lécher sur sa lisière sud.

Grande faille

La station est située juste en face. On la repère à sa bouche d'entrée majestueuse et à la grande faille percée dans le parvis que vient sceller une épaisse paroi vitrée. On peut marcher dessus à sa guise, et pourquoi pas regarder passer les trains... La lumière qui s'engouffre par là inonde toute la station, et ce jusque sur les quais où l'on pourrait se croire à l'air libre, dans un paysage bordé par deux parois rocheuses auquel les gros boyaux chromés qui enveloppent les escaliers mécaniques

apportent une touche digne d'un film d'anticipation des années 1980.

A la Défense, c'est autre chose. Pas de lumière du jour : la station a été creusée sous le CNIT. Mais Jean-Marie Duthilleul a su donner aux quais de ce RER un aspect théâtral en en faisant un vaste espace très ouvert, déployé sur deux niveaux, scandé par de solides colonnes et des escaliers mécaniques savamment placés, et relevé d'une touche disco par les parois en miroir ondulantes placées le long des murs. Donner de la dignité à ces lieux est une petite révolution. Elle aurait mérité d'avoir lieu un peu plus tôt.

Les primes pour les JO confirmées pour certains fonctionnaires

Source: Les Echos

Date: Sun, 23 Jun 2024 00:00:00 GMT

[Link to article](#)

Le gouvernement a publié ce dimanche un décret et un arrêté permettant le versement de primes supplémentaires pouvant aller jusqu'à 1.500 euros pour plusieurs catégories de fonctionnaires.

Le ministre de la Fonction publique, Stanislas Guerini, l'avait annoncé au mois de mars. C'est désormais officiel et écrit noir sur blanc dans un décret et un arrêté publiés ce dimanche : plusieurs catégories de fonctionnaires mobilisés dans le cadre des Jeux Olympiques ou Paralympiques de Paris toucheront bien des primes pouvant aller jusqu'à 1.500 euros. Il s'agit plus précisément d'un relèvement temporaire des montants maximum réglementaires de certaines primes et indemnités.

Sont notamment concernés les agents publics « exposés à un surcroît d'activité directement générés par l'organisation de service liés aux Jeux », précise le texte. Près de 100.000 fonctionnaires seront directement mobilisés pour les JO, avait indiqué fin avril le ministre de la Fonction publique. On pense notamment aux personnels hospitaliers ou encore aux forces de l'ordre, mais cela englobe les services de visas des consulats, eux aussi impliqués.

Ce contenu est réservé aux abonnés Access et Premium

Chez les classes moyennes, un vote marqué par la peur du déclassement

Source: Le Monde

Date: Sun, 23 Jun 2024 00:00:00 GMT

[Link to article](#)

Frappées de plein fouet par l'inflation, exclues des dispositifs d'aide destinés aux plus modestes et sans perspectives d'ascension sociale, les classes moyennes se tournent vers le Rassemblement national, traditionnellement plutôt ancré dans les milieux populaires.

« Pour nous, la victoire du Rassemblement national [RN], c'est tout sauf une surprise », confie Yvon Le Flohic, médecin généraliste dans un cabinet médical de Ploufragan, dans l'agglomération

de Saint-Brieuc. Un morceau de France ordinaire, où le revenu annuel moyen était de 23 010 euros en 2021, presque identique à la moyenne nationale (23 160 euros). En 2020, on y comptait un quart de retraités. Parmi les personnes en activité, 20 % d'ouvriers, 30 % d'employés, 30 % de professions intermédiaires et 13 % de cadres ou professions supérieures. Le tout, au cœur d'une Bretagne historiquement imperméable aux extrêmes, affectée ni par la désindustrialisation, ni par le chômage ou l'insécurité.

Pourtant, le 9 juin au soir, la liste de Jordan Bardella est arrivée en tête aux élections européennes dans les Côtes-d'Armor, avec 28,21 % des suffrages (27,11 % à Ploufragan). En 2019, Renaissance était en tête, et Marine Le Pen obtenait 19 % des voix. « Dans notre cabinet, on voit défiler tout le monde, poursuit le médecin. Nous étions sûrs du résultat. Ici, les gens ont la sensation de ne plus être pris en compte, de ne pas être représentés, ils ne croient plus aux institutions. Et cela ne date pas d'hier. »

A l'échelle du pays, ces classes moyennes ont exprimé ce ressentiment le 9 juin, lors des élections européennes, certains par l'abstention, et beaucoup d'autres en votant en faveur du RN, traditionnellement plutôt ancré dans les milieux populaires. Selon l'analyse réalisée par OpinionWay, 41 % des ménages gagnant entre 1 000 et 2 000 euros par mois ont voté pour Jordan Bardella, et 33 % de ceux aux revenus compris entre 2 000 et 3 500 euros. Une percée sociologique : parmi les employés, le RN a gagné dix points entre 2019 et 2024, et quinze points parmi les professions intermédiaires.

De plein fouet

A ce malaise s'est ajouté un ouragan appelé inflation, qui a fait vaciller les modes de vie et les certitudes. « On n'avait pas vu une telle hausse des prix depuis quarante ans, et à l'époque, tous les salaires étaient indexés sur les prix, rappelle Mathieu Plane, directeur adjoint du département analyses et prévisions à l'Observatoire français des conjonctures économiques (OFCE). C'est la première fois qu'on vit une telle crise inflationniste sans cette protection. »

Prises de plein fouet par la flambée des produits de base – l'alimentaire a connu une hausse de 20 % en deux ans, l'électricité de 70 % en cinq ans –, exclues des dispositifs d'aide destinés aux plus modestes, les classes moyennes ont vu leurs habitudes et leurs modes de consommation bouleversés, comme le raconte Elisabeth (elle a préféré garder l'anonymat), 56 ans, installée sur la côte varoise : « Depuis plusieurs années, j'ai pris l'habitude de compter chaque euro lors de mes courses, et je me suis rendu compte que je n'étais pas la seule. Je vois aussi des hommes parcourir les rayons la calculette en main. Et ce n'est pas tout. Chaque dépense est planifiée, je ne peux plus partir en vacances, ni épargner. »

Les « périurbains » et les ruraux ont été plus pénalisés que les autres. On comptait, au plus fort de la crise, trois points d'écart dans la hausse moyenne du coût de la vie entre eux et ceux vivant dans les centres-villes, selon l'OFCE. Certes, les loyers sont plus élevés dans les métropoles, mais les périurbains ou les ruraux sont bien plus tributaires de leur voiture au quotidien et dépensent davantage en chauffage pour leur logement, souvent une maison individuelle.

Sous pression, les ménages ont du mal à boucler leurs fins de mois, une fois payées les charges fixes, l'électricité, le carburant, les assurances, et l'alimentation, et encore, en supprimant souvent les produits les plus coûteux. « Aujourd'hui, je ne vais plus au restaurant, à peine au cinéma, encore moins à l'opéra. Je voyage en rêve, je suis à découvert le 15 du mois, je paie mon garagiste en trois fois, et j'achète mes vêtements en seconde main », résume Anne, 50 ans, professeure certifiée à temps partiel et un enfant à charge.

Des dettes impossibles à apurer

Pour certains, la crise inflationniste s'est traduite par des dettes impossibles à apurer. « On voit arriver des gens qui n'auraient jamais passé notre porte avant, confirme Laetitia Vigneron, conseillère financière à l'Union des associations familiales (UDAF) du Cher. Des personnes qui travaillent, qui ont des crédits immobiliers ou des crédits voiture. » Entre janvier et mai, le nombre de dossiers de surendettement déposés auprès de la Banque de France a augmenté de 6 % par rapport à 2023. « Le prix des courses a explosé. Les gens n'arrivent plus à s'en sortir. On voit des dossiers de surendettement constitués uniquement de dettes de charges courantes : loyers, assurances, électricité », renchérit Céline Rascagnères, également conseillère financière pour l'UDAF, dans l'Aude.

Pour ces personnes ni riches ni pauvres, la dégringolade ne se fait pas ressentir uniquement dans le train de vie. Elle est aussi symbolique. « Dans ma tête, un prof faisait partie des classes moyennes supérieures, il pouvait s'offrir deux-trois restos mensuels, des voyages pour le plaisir, des loisirs pour se cultiver, une petite maison pour la retraite et de l'argent pour les enfants, explique Anne, la professeure. Je suis déclassée. » Un sentiment partagé par bon nombre de ses semblables.

Audrey, une Parisienne de 44 ans, éducatrice spécialisée, gagne 2 100 euros par mois (salaire, prime et pension alimentaire), pour la faire vivre avec son fils : « Le déclassement social, je le vis de la façon suivante : un salaire insuffisant au regard de mes études et de mes responsabilités professionnelles ; le fait de ne pas avoir les moyens de scolariser mon fils dans le privé ; deux semaines de vacances seulement pour moi et une colonie de vacances, en partie financée par la ville, pour mon fils ; la perte de la valeur travail et l'absence d'ascenseur social. »

Michel, un retraité de 69 ans, est en colère : déposé en février 2024, le dossier de retraite de son épouse, atteinte d'une maladie neurologique, est toujours à l'étude. « En attendant, nous sommes confrontés à des problèmes financiers et à des problèmes de santé, mais nous n'avons aucune aide, car l'on considère que l'on gagne trop ! A ce jour, nous ne faisons qu'un repas sur deux, en mangeant des pâtes et des œufs, et encore, pas toujours. Quel plaisir d'avoir cotisé cinquante-deux ans pour en arriver là ! »

Précarité nouvelle

Le sentiment de déclassement s'exprime aussi au travers du regard d'autrui. Installée à Nantes, Catherine, bac + 5, est chargée de communication indépendante, avec des revenus autour de 2 500 euros par mois, « sans aucune perspective de progression ». Elle travaille chez elle, réfléchit depuis deux ans à changer sa voiture sans pouvoir franchir le pas, et ses dernières vacances se résument à une semaine à l'été 2023 dans un village éloigné du Limousin. Mais c'est face à sa fille que la conscience de sa précarité nouvelle la taraude le plus. « L'autre jour, elle a voulu que je lui achète un pull à 90 euros, à la mode chez ses copines. J'ai dit non. Elle s'est exclamée : "Mais, maman, on est pauvres ?" »

Anne, Audrey et Catherine incarnent la fragilisation financière des familles monoparentales, essentiellement des mères célibataires. Un tiers des pensions alimentaires reste impayé, et le taux de pauvreté dans leurs rangs atteint 32,3 %, contre 14,5 % pour l'ensemble de la population, selon des données de la Caisse d'allocations familiales ou de l'Institut national de la statistique et des études économiques. Faut-il y voir un lien ? Parallèlement, le vote RN a progressé de manière spectaculaire chez les femmes : dix points entre 2019 et 2024, contre trois seulement chez les hommes, indique Ipsos. « Tenant à distance l'héritage viriliste et sexiste de son père, Marine Le Pen se présente comme une femme moderne, mère de famille, divorcée, travaillant, affichant sa

“sensibilité à la cause féminine” », rappelait la philosophe Camille Froidevaux-Metterie dans une tribune du Monde du 13 juin.

Le sentiment de déclassement se voit parfois dans le regard des enfants, mais se mesure toujours par rapport à la génération précédente. « Moins bien que mes parents », déplore Tim, ingénieur dans la fonction publique, quand il parle de l'appartement de 68 mètres carrés qu'il a « difficilement » pu acquérir à Grenoble avec le fruit de son travail. Et il craint que sa propre descendance ne vive la même mésaventure. « Malgré une vie peu dépensiére, je peine à épargner et à financer pour mes enfants des études équivalentes à celles que j'ai pu suivre, enchaîne-t-il. En somme, je vis moins bien que mes parents, et la dynamique est à la dégradation. »

« L'absence de perspectives, la difficulté de dessiner une trajectoire ascendante » font partie des désillusions des classes moyennes, souligne Nicolas Duvoux, sociologue à l'université Paris-VII, qui évoque l'érosion des « possibilités de vie ». Une érosion qui va en s'accentuant, s'inquiète le chercheur. « La précarité sur le marché du travail est devenue la norme, explique-t-il, particulièrement pour les jeunes. Or, la précarité dans l'emploi se traduit par l'impossibilité de construire sa vie de manière durable. Cela ronge le corps social. »

En vain

Confrontés à cette précarisation, les jeunes se sentent en outre comme rejetés des villes où ils ont parfois grandi, et souhaiteraient vivre. A 35 ans, Antoine, Bordelais, salarié dans l'associatif, voudrait acheter un 40 mètres carrés dans sa ville : « Impensable avec un smic seul. » Parisiens, Patrick et son épouse, deux enfants, cherchent à s'agrandir. En vain. « Impossible pour nous, couple d'ingénieurs, d'avoir plus de trois pièces. Même les logements sociaux auxquels nous avons droit sont au-dessus de notre budget. Nous voilà moins bien lotis qu'un ouvrier des années 1960 », tranche l'homme de 35 ans. Le problème est encore aggravé dans les régions très touristiques, où les résidences secondaires et autres meublés assèchent le marché pour les locaux, contraints d'aller habiter loin de leur travail – et d'avoir une voiture, qui plombe définitivement le budget.

Au fond, les classes moyennes « ont une vision ternaire de la société, décrypte le politologue Jérôme Fourquet : « Pour eux, il y a en bas les plus pauvres, les assistés, et au-dessus les riches qui se gavent. Ils ont le sentiment d'être trop riches pour être aidés, trop pauvres pour s'en sortir, et d'être taxés pour financer un modèle social auquel ils n'ont plus accès. Le pacte social implicite, qui est de payer ses impôts mais, en retour, d'en avoir pour son argent, est rompu. »

Or la gauche, elle, oppose aujourd'hui une vision « binaire », estime M. Fourquet, qui repose sur l'idée du peuple contre les élites – un schéma dans lequel les catégories intermédiaires ne se retrouvent pas : « Le RN, en faisant par exemple de la voiture un thème politique, a réussi à créer une proximité avec les classes moyennes, qui se sentent enfin prises en compte. »