



CARNET DE BUREAU CHRONIQUE PAR ANNE RODIER

## NAO : on n'est pas tous égaux devant l'inflation

Trente pour cent des dirigeants d'entreprise interrogés par Opinionway pour The Trusted Agency, dans le cadre d'une étude publiée le 25 octobre, redoutent l'ouverture des négociations avec les salariés. Ils savent qu'ils ne pourront pas ignorer les demandes d'ajustement sur l'inflation lors des négociations annuelles obligatoires (NAO) sur les salaires.

Le taux moyen prévu par les entreprises pour 2023 s'établissait à 4,3 % cet été, selon l'enquête Inflation-salaires 2022-2023 du cabinet de conseil Alixio. «*Dans les grands groupes (Bouygues, Air France, Disney), on a désormais passé la barre des 5 %*», précise Rodolphe Delacroix, directeur du département actionnariat salarié et rémunération d'Alixio. Mais on n'est pas tous égaux devant l'inflation. Pour certains DRH, les NAO devraient être plus compliquées que pour d'autres, car les entreprises sont plus ou moins résistantes au risque inflationniste.

Une récente note du cabinet Syndex, spécialisé dans le conseil aux repré-

sentants des salariés, en a établi la typologie en quatre catégories : les «*indifférentes*», les «*bénéficiaires*», les «*vulnérables*» et enfin les «*résistantes*» à l'inflation. Au nombre des «*indifférentes*», on retrouve ainsi les entreprises qui ont peu de pouvoir de négociation des prix avec leurs clients, mais dont les coûts sont largement fixes, comme les prestataires de services professionnels. Syndex cite en exemple les cabinets de conseil ou d'audit.

Une entreprise qui, en revanche, a une forte capacité de négociation pour relever ses prix, et des coûts largement fixes ou liés à des contrats à long terme, sera «*bénéficiaire*» durant les périodes d'inflation. C'est le cas des compagnies pétrolières. Ainsi TotalEnergies avait les coudées franches pour augmenter les salaires. «*Les marges de manœuvre sont évidemment liées au rapport de force entre l'entreprise et ses fournisseurs et au niveau de concurrence au sein du secteur [d'activité]*», rappelle la note de Syndex.

Typiquement, les «*vulnérables*» sont

les entreprises avec une forte variation des coûts liée aux éléments nécessaires à la production (les intrants), et peu de pouvoir sur les prix dans un marché très concurrentiel. Syndex cite, sur ce profil, les entreprises de l'édition et la presse, où les négociations pourraient être compliquées.

Enfin, l'entreprise «*résistante*» évolue dans des secteurs de marché où les dynamiques de prix se propagent dans la chaîne de valeur, mais où les capacités à les transmettre aux clients sont fortes grâce à des stratégies de tarification, comme dans la grande distribution, ou de différenciation comme dans le luxe. «*Dans la distribution, la stratégie a été d'occuper le terrain avec plusieurs négociations dans l'année, qui ont abouti en cumul (augmentations générales, primes et autres mesures à effet immédiat) à des hausses de 5 % à 6 %*. Quel que soit le profil de l'entreprise, le pari sous-jacent est que l'inflation n'est pas un phénomène durable», confie M. Delacroix. ■

chronique par Anne Rodier

