

L'USINE NOUVELLE Faillites, carnets de commandes, investissements... Les trois inconnues de la reprise économique en 2021

SOLÈNE DAVESNE / PUBLIÉ LE 09/12/2020

<https://www.usinenouvelle.com/editorial/faillites-carnets-de-commandes-investissements-les-trois-inconnues-de-la-reprise-economique-en-2021.N1035594#>

L'activité devrait redémarrer en France l'an prochain. Au delà de l'évolution de la situation sanitaire, le rythme de la reprise en 2021 dépendra de la résilience des entreprises et des ménages. Le point sur les indicateurs clefs à surveiller.

Le niveau des carnets de commandes est regardé de près par les industriels. © D.R.

SUR LE MÊME SUJET



- Ces industriels français qui continuent d'investir malgré la crise



- Les inquiétantes prévisions des industriels pour leurs investissements



- Pourquoi le rebond du PIB pendant l'été reste quand même une bonne nouvelle



La menace de faillites en série

C'est un des paradoxes de cette crise. Le nombre de défaillances d'entreprises devrait atteindre en 2020 un point bas historique, en repli de près de 35 %. Les tensions de trésoreries restent limitées. Les mesures d'urgence ont joué le

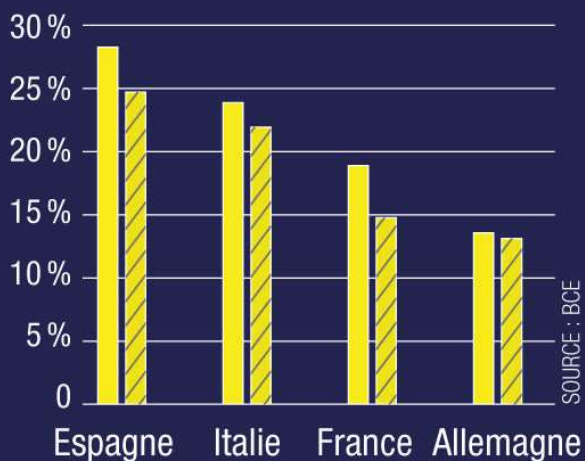
vur rôle d'amortisseur. Jusqu'à quand ? Le report d'un an des premiers remboursements de PGE pourrait étaler la vague de faillites tant redoutée avec ses effets en cascade dans toute l'économie. L'assureur-crédit Coface anticipe une hausse de 16 % de leur nombre par rapport à 2019, avec près de 60 000 défaillances. Soit un niveau plus faible qu'en 2009-2010, après une année historiquement basse.

DES ENTREPRISES FRAGILISÉES

Part des entreprises avec un fonds de roulement négatif

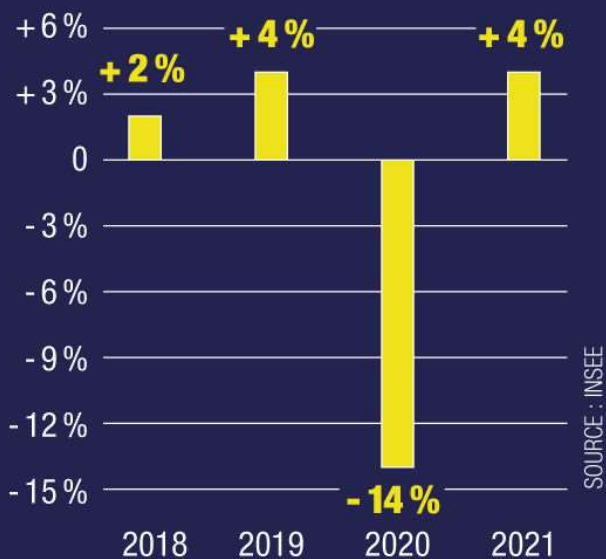
(en % du total des entreprises)

■ Sans mesure de soutien ■ Après prise en compte du chômage partiel



LES INVESTISSEMENTS À RELANCER

Évolution des dépenses d'investissement dans l'industrie manufacturière (en valeur en %)



LES CARNETS DE COMMANDES DÉGARNIS

Situation des carnets de commandes de l'industrie manufacturière

(en solde d'opinion)

..... Moyenne de long terme



Les carnets de commandes dégarnis

Les entreprises ont appris à travailler en mode dégradé. Mais leur inquiétude se focalise désormais sur leurs carnets de commandes en France comme à l'étranger. La capacité d'épargne des ménages a bondi à un niveau inédit depuis le printemps. Mais le moral des ménages est au plus bas. Inquiets d'une hausse à venir du chômage, les Français préfèrent pour l'instant reporter leurs gros achats. *"L'épargne forcée risque de se transformer en épargne de précaution"*, pointe Denis Ferrand, directeur général chez Rexecode. L'arrivée rapide d'un vaccin ne suffira peut-être pas à lui seul à ramener la confiance.

Les investissements à relancer

Autre moteur dont le redémarrage n'est pas assuré pour 2021 : l'investissement des entreprises. Les niveaux de production restent inférieurs à leurs niveaux d'avant-crise. Même si les conditions de financement restent bonnes, le manque de débouchés et de visibilité incite les entreprises à reporter leurs projets d'achats de nouvelles machines ou de véhicules utilitaires par exemple. D'autant que les usines sont loin de tourner à pleine capacité, avec un taux d'utilisation moyen de 73 % contre 79 % fin 2019 selon la Banque de France.

Ce qui ne pousse pas vraiment les industriels à renforcer leurs lignes de production. Plus embêtant : l'endettement élevé des entreprises, qui figuraient déjà parmi les plus endettées d'Europe avant crise, risque surtout de peser dans la durée sur leurs capacités d'investissement. D'où l'importance de renforcer rapidement les besoins en fonds propres des entreprises.



« Le Covid amplifie la destruction créatrice »



L'économiste Philippe Aghion, professeur au Collège de France et, depuis ce quatrième trimestre 2020, à l'Insead. (INSEAD) / Par **Muriel Jasor** / Publié le 16 déc. 2020 à 17:00 Mis à jour le 16 déc. 2020

[https://www.lesechos.fr/idees-debats/leadership-management/philippe-aghion-le-covid-amplifie-la-destruction-creatrice-1274623#utm_source=newsletter&utm_medium=email&utm_campaign=nl_lec_leadership-management&utm_content=20201217&xtor=EPR-6110-\[20201217\]](https://www.lesechos.fr/idees-debats/leadership-management/philippe-aghion-le-covid-amplifie-la-destruction-creatrice-1274623#utm_source=newsletter&utm_medium=email&utm_campaign=nl_lec_leadership-management&utm_content=20201217&xtor=EPR-6110-[20201217])

L'économiste Philippe Aghion a rejoint [l'Insead](#). «*Je m'intéresse à l'innovation et on forme, à l'Insead, des gens dont on espère qu'ils deviendront des innovateurs*», explique celui qui, après avoir été quinze années professeur à Harvard, a d'abord rejoint, il y a cinq ans, [le Collège de France](#), où il continue de diriger la chaire «Economie des institutions, de l'innovation et de la croissance». «*Après quelque 20 années formidables aux Etats-Unis [il y a été étudiant et est aussi passé par le MIT, NDLR], j'ai eu envie de rendre à la France un peu de ce qu'elle m'avait donné*», confie-t-il. Aujourd'hui, avec l'Insead, il saisit l'occasion de développer «*de formidables synergies*» entre le centre de recherche «Farhi Innovation Lab» qu'il a mis en place au Collège de France et ses collègues économistes de l'Insead.

Innovation, destruction : Schumpeter avait des intuitions, mais pas de théorie ni de corpus empirique, rappelle Philippe Aghion. Pessimiste, l'économiste autrichien anticipait, par ailleurs, la suprématie de conglomérats et de la bureaucratie ainsi que l'élimination de petites structures et de quantité d'entrepreneurs. «*Le triptyque marché-Etat-société civile peut permettre de surmonter le blocage que prévoyait Schumpeter*», assure le professeur dont «*l'optimisme de combat*» n'est plus à démontrer. De nouvelles technologies rendront constamment des activités obsolètes et, de façon tout aussi continue, de nouveaux emplois en remplaceront d'autres... Innovation, destruction : dans [« Le Pouvoir de la destruction créatrice » \(Odile Jacob\)](#), ouvrage coécrit avec Céline Antonin et Simon Bunel, Philippe Aghion décrypte les facteurs susceptibles de dynamiser autant la croissance que notre modèle social. «*Le Covid amplifie la destruction créatrice, mais cette dernière, en ces circonstances, peut aussi sauver l'économie*», estime l'économiste. Quatre thématiques pour une rencontre.

Amazon versus les petits petits commerces

«*On a eu raison de protéger les petits commerces pendant ces périodes de confinement. L'important est de mettre un terme au stop-and-go* », estime Philippe Aghion. Réfutant tout «*yakafokon* », l'économiste juge toutefois qu'il aurait fallu confiner partiellement durant l'été. «*Protéger d'une façon forte et durable ceux qui ne pourront pas rouvrir est capital. L'épidémiologiste Arnaud Fontanet a apporté la preuve que les lieux de contamination sont ceux où des gens se réunissent sans masque : les restaurants, bars et autres espaces de rencontre* », poursuit-il. Tant que le vaccin ne sera pas répandu, tout va devoir être fait pour éviter une troisième vague. Mais, pour protéger le petit commerce, [la solution n'est pas d'empêcher Amazon de faire son travail en France.](#) «*Pensez à 'The Shop Around the Corner'*

de Lubitsch... Les gens n'aiment pas se rendre dans les grands 'malls', il faut aider les petits commerces à s'équiper tout en les protégeant. L'inconvénient du stop-and-go est qu'il pousse les entreprises à se mettre en mode de survie plutôt qu'à investir dans l'innovation », observe le professeur.

Révolution des modes de travail

Verticalité, relations hiérarchiques difficiles, conflits... Les relations de travail demeurent tendues en France. « *Le télétravail, qui octroie une certaine indépendance, peut rendre les gens plus heureux* », avance Philippe Aghion qui croit au modèle social de type scandinave, en la cogestion et en l'innovation. « *Nos entreprises ne progresseront réellement que si elles exploitent l'énorme potentiel que représente l'intelligence humaine* », martèle l'économiste, infatigable défenseur de la thèse des « bons emplois », durables et qualifiants, générés par les entreprises innovantes . « *Il faut encourager la formation des jeunes et leur prise de risque en leur octroyant davantage d'indépendance financière, comme au Danemark ou en Norvège. Je crois en un revenu universel 'jeunes' conditionné à du travail ou de la formation* », poursuit-il. « *Les entreprises innovantes - qui créent davantage de bons emplois - ont besoin de gens de confiance, dotés de 'soft skills', qui complètent leurs autres actifs. Développer à la fois l'éducation et les conditions de créer de bons emplois pérennise les contrats à durée indéterminée ou CDI.* »

Robotisation et automatisation

« *Taxer les robots est une mauvaise idée, car les entreprises qui automatisent accroissent leur compétitivité et donc la taille de leur marché en France et à l'étranger. Une étude récente montre qu'elles créent des emplois. L'effet de substitution des hommes par les machines est donc plus que compensé par l'effet de part de marché* », assure Philippe Aghion. Du reste, ni la machine à vapeur combattue par le mouvement des « luddites » ni la révolution de l'électricité, contrairement à ce que redoutait Keynes, n'ont créé de chômage de masse. « *Il faut inciter les entreprises à innover tout en protégeant les personnes qui sont susceptibles de perdre leur emploi, selon un modèle de flexisécurité à la danoise* », insiste l'économiste.

Organisation des entreprises et leadership partagé

Une entreprise moins verticale a plus de chances de s'adapter aux crises. « *Alfred Chandler a montré comment passer de la forme U - uniforme et centralisatrice - à la forme M, multidimensionnelle, plus décentralisée, moins hiérarchique, où chaque produit est géré indépendamment. L'avenir appartient à ces entreprises qui laissent davantage d'initiative aux chefs d'entreprise et aux employés organisés en équipes* », assure Philippe Aghion. « *La destruction créatrice affecte non seulement les emplois et les produits, mais également l'organisation interne de l'entreprise, qui elle aussi se réinvente continuellement. L'important est de protéger les individus contre les chocs ; d'où la supériorité du modèle danois, à la fois innovant et protecteur* », poursuit le professeur en déplorant un écosystème français - avec ses réglementations, ses effets de seuil et son système financier - peu favorable à la croissance des entreprises.



LesEchos Libérez votre intelligence intuitive !



[https://www.lesechos.fr/idees-debats/leadership-management/liberez-votre-intelligence-intuitive-1273512#utm_source=newsletter&utm_medium=email&utm_campaign=nl_lec_leadership-management&utm_content=20201217&xtr=EPR-6110-\[20201217\]](https://www.lesechos.fr/idees-debats/leadership-management/liberez-votre-intelligence-intuitive-1273512#utm_source=newsletter&utm_medium=email&utm_campaign=nl_lec_leadership-management&utm_content=20201217&xtr=EPR-6110-[20201217])

Déstabilisé par la crise sanitaire et économique majeure que nous traversons, le monde de l'entreprise est en quête de renouveau. Face à la remise en cause de nos modèles de prospérité et à la montée en puissance du digital et de l'intelligence artificielle qui redéfinissent les règles, l'expert en innovation Francis Cholle propose de remettre l'intelligence intuitive au coeur de l'entreprise, afin de mieux affronter la complexité de ces multiples enjeux.

(iStock) Publié le 12 déc. 2020

Pour Francis Cholle, le constat est clair : en entreprise, l'instinct - notre capacité innée à la créativité -, l'agilité et la durabilité sont sous le joug de la logique, des budgets, des calendriers et mis en sourdine. Or, dans un monde en crise de plus en plus complexe, libérer son intelligence intuitive est clé pour redonner un sens du possible et permettre aux organisations de se réinventer.

Dans son ouvrage « *Squiracle, a New Way to Think for a New World* » (non encore traduit en français), cet expert de l'innovation rappelle combien l'instinct est un pilier de nos processus cognitifs, au même titre que la logique. Il analyse l'intuition comme un moteur du processus créatif et apporte des clés pour mieux le mettre au service d'une création de valeur durable. « *De nombreux scientifiques disent que l'instinct participe des processus de pensée, même les plus sophistiqués. Pourtant il y a une tendance nette à laisser pour compte l'instinct et le ressenti, immédiatement associés au danger d'être irrationnel.* », observe Francis Cholle. Si une idée débattue ne fait pas sens, elle est vite jugée sans valeur. « *C'est un biais cognitif insidieux, dont on parle peu. Tout le sens de mon travail est de conduire l'entreprise à renouer avec cette troisième dimension, non rationnelle, représentée par nos sensations, émotions, inspirations, intuitions, et aspirations.* »

Cette dimension non rationnelle de notre intelligence nous donne accès à la profondeur et aux nuances nécessaires pour naviguer une problématique complexe et laisser émerger des solutions inattendues.», ajoute celui qui est aussi conférencier.

Outil visuel et jeu pour libérer l'instinct

Conçu comme un outil simple, visuel et facilement compréhensible, le modèle Squiracle™ vise à dépasser la fausse opposition entre raison (symbolisée par le carré ou «square») et instinct (le cercle ou «circle»), et à libérer l'instinct de l'enfermement de la raison. Ce modèle se veut universel et visuel pour permettre aux dirigeants de prendre conscience de cet angle mort des temps modernes et faire évoluer la culture managériale de leur entreprise. *« La prise de conscience de ce biais, provoqué par une pensée rationnelle contrôlante est au coeur de mon travail de conseil auprès des dirigeants. Je rencontre des leaders solides avec des compétences analytiques et stratégiques puissantes, et des capacités intuitives avérées. Pourtant, dans leurs organisations, les problèmes complexes et la collaboration d'équipe sont abordés, de manière générale, par «un carré» le plus souvent dominant, ce qui inmanquablement limite la profondeur des échanges et la créativité des solutions.*», déplore Francis Cholle, pour qui reconnaître ce travers et ses effets secondaires sur l'entreprise change l'état d'esprit du dirigeant et permet des collaborations plus riches. *«Cela tire le meilleur parti de la diversité des équipes, et a un impact direct, sans effort particulier, sur la performance de l'organisation et sa capacité d'innovation et d'adaptation »*, souligne-t-il.

Pour accompagner cette prise de conscience, un moyen efficace est de proposer aux équipes dirigeantes de recourir jeu, particulièrement aux « serious games » (jeux à but éducatif et démonstratif), pour résoudre des problèmes complexes. *« Le jeu encourage l'expérimentation et la prise de risque car il permet de lâcher le jugement systématique. Il redonne également accès au moment présent. Par nos sens, nos émotions, nos intuitions s'ouvre à nous un monde d'informations nouvelles et de possibilités inédites.* », explique-t-il. Des entreprises américaines - 3M, Google, Kohler ou Pixar - l'ont bien compris et recourent à des environnements ludiques pour créer plus d'engagement au travail et encourager l'innovation.

Combattre les biais cognitifs

Parti vivre à New York, à l'âge de 28 ans après avoir travaillé avec succès dans le monde de l'édition, Francis Cholle, diplômé de HEC, a enchaîné différentes formations dans des disciplines aussi variées que le théâtre, l'opéra, le yoga, ou encore la psychologie clinique. *« Quand vous multipliez les expériences et sortez des clous, vous portez un regard différent sur la société. Il y a 15 ans, j'ai travaillé avec l'Oréal sur la problématique du management de la créativité, et c'est là que j'ai développé le concept d'intelligence intuitive. Définie comme la synergie entre raison et instinct, elle est nécessaire à toute invention, qu'elle soit scientifique ou artistique »*, explique-t-il.





Avec le Covid, la fréquentation des salles de cinéma est retombée au niveau de 1919, l'année où Charlie Chaplin entreprit la réalisation du « Kid ».

(Mary Evans/Sipa)Publié le 23 déc. 2020

[https://www.lesechos.fr/industrie-services/services-conseils/covid-les-7-grands-bonds-en-arriere-de-leconomie-francaise-1276118#utm_source=newsletter&utm_medium=email&utm_campaign=re_8h&utm_content=20201223&xor=EPR-5000-\[20201223\]](https://www.lesechos.fr/industrie-services/services-conseils/covid-les-7-grands-bonds-en-arriere-de-leconomie-francaise-1276118#utm_source=newsletter&utm_medium=email&utm_campaign=re_8h&utm_content=20201223&xor=EPR-5000-[20201223])

Le millésime 2020 restera dans les annales de l'économie, mais pour des raisons totalement inimaginables en début d'année. En termes de volumes vendus où de nombre de clients annuels, il faut remonter extrêmement loin dans le temps pour trouver des niveaux similaires dans de nombreux secteurs économiques. Florilège des décroissances les plus spectaculaires.

Les ventes de voitures à leur niveau de 1975

Dans l'automobile, le retour en arrière de l'activité est considérable. Il faut remonter de quarante-cinq ans (en 1975 !) pour trouver un marché automobile aussi bas dans l'Hexagone, avec 1,6 million de voitures neuves achetées. Une autre époque, même si c'est aussi la crise qui faisait alors l'actualité. Le premier choc pétrolier avait fait flamber les prix des carburants et venait de provoquer la dégringolade des immatriculations. Les ventes repartiront toutefois aussitôt à la hausse, pour franchir le cap des 2 millions dès 1978.



STF/AFP



Cette crise fragilise les constructeurs, mais les champions tricolores résistent plutôt bien. Peugeot profitera même des déboires de Citroën : le double chevron sera avalé par le Lion en avril 1976. La crise lui permet aussi de lancer une pépite qui dort dans son portefeuille de R & D : le moteur

diesel ! Quant à Renault, il cartonne avec la R5 première version, lancée en 1972 et devenue en trois ans la voiture la plus vendue de l'année. Il faut dire que les deux constructeurs

tricolores bénéficient d'une large préférence nationale : ils assurent alors à eux deux 80 % des ventes dans l'Hexagone. La concurrence des marques japonaises, qui commencent à s'enraciner aux Etats-Unis, n'a pas encore atteint notre pays, qui décide même en 1977 de limiter leurs importations à 3 % du marché intérieur. Mais 1975, c'est aussi l'année où les places avant ont été interdites aux enfants, et où la ceinture de sécurité a été rendue obligatoire... sur les voies rapides et la nuit. Assurément une autre époque.



Renault contre Peugeot et Citroën, le match d'un siècle

Carburants : trente années effacées



Les Français n'avaient jamais acheté aussi peu de carburants routiers depuis... 1988, quand le Mur de Berlin était toujours debout et quand le Paris-Dakar et la Coupe Davis passaient en clair à la télévision. A l'époque, l'Hexagone comptait 25.000 stations-service, plus du double d'aujourd'hui. Sur l'ensemble de 2020, les ventes d'essence et de

gazole auront chuté de plus de 15 %, à moins de 37 millions de mètres cubes, selon l'Union française des industries pétrolières (Ufip). Du jamais-vu depuis plus de trente ans. Derrière cette moyenne se cachent de fortes variations au gré des confinements et déconfinements : la chute a été supérieure à 25 % en mars et en novembre, de 37 % en mai et même de 63 % en avril. D'autres mois (juillet, septembre) ont affiché des volumes conformes à la normale, voire en légère hausse.

Les Français n'avaient jamais acheté aussi peu de carburants routiers depuis...
1988.SOLA/SIPA

Une chute d'une telle ampleur est forcément ponctuelle : les ventes de carburants repartent dès que les Français ont l'autorisation de se déplacer. Mais le marché est structurellement en lent déclin. « Il recule en moyenne de 1 % par an depuis une dizaine d'années », relève Olivier Gantois, le président de l'Ufip. Non parce que les Français utilisent moins leur voiture, mais parce que l'efficacité des moteurs ne cesse de progresser.

Faut-il s'attendre à des conséquences durables de la pandémie ? L'essor du télétravail « pourrait réduire durablement la part des trajets domicile-travail dans les zones de forte concentration de l'emploi tertiaire », avance Pierre-Emmanuel Bredin, directeur du réseau de distribution français de Total. Mais cette tendance pourrait être partiellement contrebalancée par un recours accru à la voiture, au détriment des transports en commun. L'un dans l'autre, l'impact de la crise sanitaire sur les ventes de carburants ne devrait pas perdurer. L'année 2020 laissera néanmoins des traces pour le secteur pétrolier. Nombre de petites stations-service, déjà fragilisées, risquent de mettre la clé sous la porte. « La crise a aussi mis en lumière un excédent de nos capacités de raffinage », poursuit Olivier Gantois.

La crise du pétrole contraint les majors à des dépréciations géantes

Le TGV revient aux années 1990

Symbole de l'accélération des transports et de voyages plus faciles depuis 1981, le train rapide a souffert comme jamais de la crise sanitaire et des deux confinements. L'état-major de la SNCF s'attend pour l'année à un trafic TGV, sur ses lignes domestiques et internationales, de l'ordre de 65 ou 70 millions de passagers, soit au mieux, moitié moins que le volume de 2019, hors effet grève. Pour retrouver des niveaux aussi bas, il faut remonter au milieu des années 1990.



Fin 1994, Eurostar, nouveau symbole de l'Entente cordiale, voyait le jour au départ de la gare du Nord.THOMAS COEX/AFP

Le trafic des trains rapides commandés à l'ex-GEC Alstom avait atteint 62 millions de clients en 1997, puis 71 millions en 1998. A cette époque, désormais lointaine, le réseau à grande vitesse et l'exploitation étaient sensiblement montés en puissance.

Fin 1994, Eurostar, nouveau symbole de l'Entente cordiale, voyait le jour au départ de la gare du Nord, tandis que, deux ans plus tard, les premiers trains Thalys étaient lancés entre Paris, Bruxelles et Amsterdam. En termes de capacités, la SNCF a mis les bouchées doubles, en mettant en service à partir de 1995 ses premiers TGV à deux niveaux (Duplex), qui sont désormais la norme sur tout son réseau. Mais, désormais, les 600 rames de TGV, y compris les 38 rames à bas tarifs Ouigo, sont très largement sous-occupées, en attendant une reprise impossible à dater.

La SNCF plombée par la perte record des TGV

1990 et 2020, quand Roissy est l'équivalent d'Orly

Avec un trafic en recul de 70 % depuis le début de l'année, Roissy-CDG devrait retrouver en 2020 son niveau d'activité de... 1990. Soit environ 23 millions de passagers, contre plus de 76 millions en 2019. A l'époque, l'aéroport du Nord parisien est encore juste derrière celui d'Orly et ses 24 millions de passagers. Roissy-CDG 2 ne comptait alors que trois terminaux (2A, 2B et 2D), mais déjà, de grosses turbulences avaient secoué le secteur. Pour la première fois depuis 1968, la première guerre du Golfe a provoqué une baisse du trafic aérien mondial de 10 % - jugée considérable à l'époque -, et l'ensemble du secteur plongeait dans le rouge pour plusieurs années. Aux Etats-Unis, la libéralisation du ciel a débouché sur des guerres tarifaires à répétition et une chute du prix des billets d'avion, fragilisant l'ensemble du secteur.



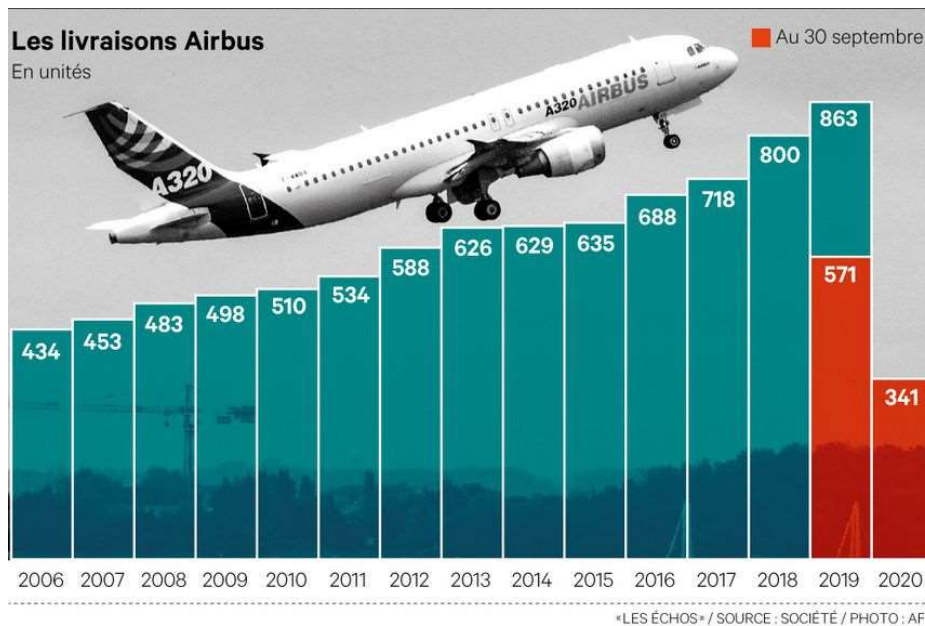
On parlait déjà en 1990 des synergies possibles entre le train et l'avion, dans la perspective de l'inauguration de la gare TGV de Roissy-CDG. PITCHAL/SIPA

En France, la concurrence du TGV commençait à se faire sentir, tandis qu'Air France s'efforçait de se préparer à l'ouverture du ciel européen, prévue pour 1993, en absorbant ses deux concurrents français, Air Inter et UTA. On parlait déjà des synergies possibles entre le train et l'avion, dans la perspective de l'inauguration de la gare TGV de Roissy-CDG. La crise de 1990 et la récession qui s'ensuivra en 1993 conduiront finalement la compagnie nationale au bord de la faillite, qui ne sera évitée que grâce à une recapitalisation de 20 milliards de francs par l'Etat. Déjà !

Ben Smith : « Cette crise doit être pour Air France l'occasion de se réformer »

Chez Airbus, une décennie d'efforts envolée

Dix ans de croissance perdue : c'est ce que la crise du Covid-19 aura coûté à Airbus, en termes de livraisons et de prises de commandes d'appareils. L'avionneur, qui totalisait à fin novembre 477 livraisons et 297 commandes, hors annulations, devrait terminer l'année à plus de 500 livraisons et quelque 300 commandes. Soit une baisse de 40 % comparé aux résultats commerciaux de 2019, conforme aux prévisions établies en avril, avec une production d'A320 ramené de 60 à 40 appareils par mois, et qui devrait rester à ce niveau au moins jusqu'en 2022. Ce qui est n'est pas si mal.



« Si quelqu'un m'avait dit il y a an qu'il faudrait se préparer à livrer 50 A320 par mois, j'aurais pensé avoir affaire à un fou », déclarait le patron d'Airbus de l'époque, Tom Enders. Pascal Pavani/Archives/AFP

Une décennie en arrière, l'avionneur se félicitait d'avoir pu passer de 36 à 38 A320 par mois en août 2011, puis 40 par mois à compter de 2012. « Si quelqu'un m'avait dit il y a an qu'il faudrait se préparer à livrer 50 A320 par mois, j'aurais pensé avoir affaire à un fou », déclarait le patron d'Airbus de l'époque, Tom Enders. Sur un nuage, l'avionneur européen était numéro un mondial devant Boeing, en livraison comme en commandes. L'A320 neo, lancé un an plus tôt, commençait à semer l'inquiétude chez son rival de toujours, en raflant coup sur coup, des commandes records de 180 et 200 exemplaires auprès d'Indigo et d'AirAsia. Le groupe, qui s'appelait encore EADS, venait tout juste d'apurer la crise de l'A380, qui s'était traduite par un plan de restructuration sans précédent et la disparition de près de 10.000 emplois. Et se sentait assez fort pour aller chatouiller son rival sur ses terres, en préparant l'ouverture d'une chaîne d'assemblage en Alabama. Dix ans plus tard, Airbus est toujours devant Boeing dans l'aéronautique civile et sortira probablement renforcé de cette crise.

Quels pourraient être les meilleurs atouts pour réussir en 2021 ?



<https://www.auto-infos.fr/Quels-pourraient-etre-les,14811>

publié le 18 décembre 2020 par François Rotteleur

La proximité du passage à la nouvelle année amène chaque fois des réflexions, des bilans et des projections sur les objectifs à envisager pour l'avenir. 2020 n'a pas impacté tous les secteurs d'activité de la même façon mais a tout de même plongé la plupart des entreprises dans d'importantes incertitudes économiques, les poussant à réagir pour maintenir les activités.

Pour faire de leur nouvelle stratégie un succès, certains dirigeants et managers nous ont rapporté avoir appelé leurs équipes à consentir un effort collectif autour des valeurs sur lesquelles s'appuie l'entreprise. Selon quelques-uns qui apparaîtront à terme comme sans doute les plus performants, les gages de succès des équipes, en particulier des forces de vente en 2021 tiendraient principalement en 3 mots agilité, méthode et combativité.

L'agilité commencerait selon les interviewés par se reconcentrer sur l'essentiel. C'est-à-dire reconsidérer les habitudes de travail et les modes de collaboration professionnels pour les simplifier au maximum. Cette tendance à la simplicité répond maintenant aux attentes des clients et imprègne de plus en plus l'ensemble des marchés. Pour les équipes de ventes, prendre des décisions de façon agile et rapide suppose de suivre de bonnes pratiques comme une écoute plus active et plus efficace des besoins des clients, une plus forte capacité d'adaptation et de flexibilité et une propension plus grande à la créativité des offres pour trouver les solutions sans craindre d'innover.

Cette direction innovante a été prise par les entreprises, qui, quand c'était possible, ont laissé à leurs employés le choix de continuer le télétravail après le confinement.

Le digital commençant à montrer une certaine efficacité dans le remplacement des interactions physiques au profit des interactions virtuelles, amène de fait la réflexion sur le renouvellement possible et nécessaire des pratiques commerciales.

Sur le plan de la méthode, la succession des périodes de « stop and go » a conduit selon l'analyse des dirigeants, l'ensemble des individus à devoir mieux se prendre en main pour maintenir un quotidien aussi proche que possible de la normalité et ne pas se laisser emporter par l'inquiétude ou le désœuvrement. C'est cependant grâce à l'impulsion donnée par le manager en s'appuyant sur des rituels positifs établis que chacune et chacun a pu faire preuve de discipline et adopter une ligne de conduite exemplaire et productive par le bon choix de ses actes. Particulièrement pour les collaborateurs de la distribution automobile, à tous niveaux de postes, devant se responsabiliser de façon individuelle et collective à travers une connaissance parfaite des clients, des produits et du marché pour atteindre les objectifs fixés.

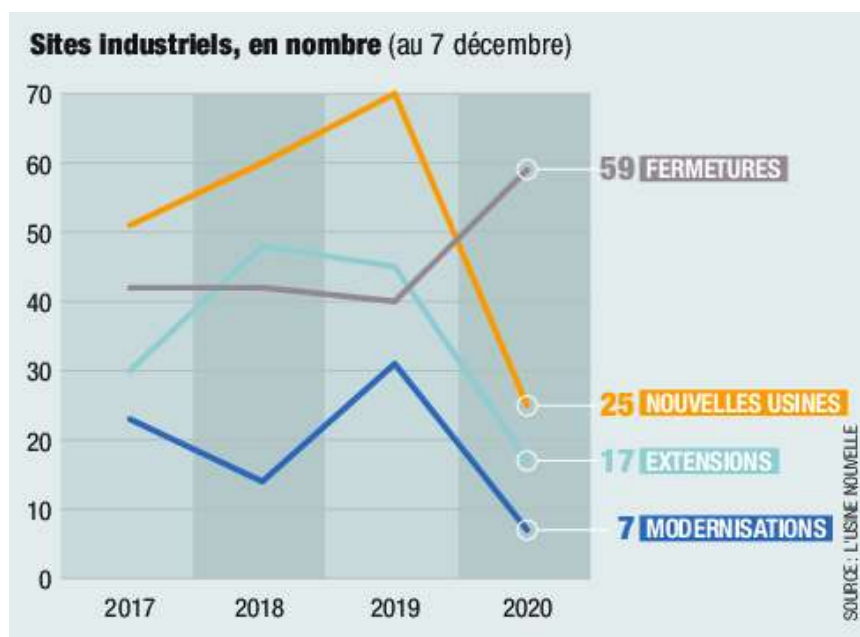
Enfin beaucoup de dirigeants s'accordent à dire que pour survivre ou au moins exister face à une concurrence exacerbée par des mois de disette, la proactivité et l'esprit de combativité de chacun, nourris et entretenus par le manager lui-même, seront les véritables leviers pour maintenir une efficacité permettant aux collaborateurs de se dépasser.

La pente ascendante de la reprise dépendrait, elle, en partie de la remise en question générale des pratiques et des croyances. Revenir aux valeurs fondamentales de l'entreprise et remotiver les équipes autour de vecteurs de succès serait-il l'un des enjeux de pérennité ?

L'USINE NOUVELLE

[Bilan 2020] Malgré la crise, le tissu industriel français résiste encore

PUBLIÉ LE 16/12/2020



la France, pour la première fois depuis quatre ans, a perdu plus d'usines qu'elle n'en a gagné.

Bardée de capteurs et enserrée derrière une grille, la nouvelle ligne robotisée de traitement de surface doit entrer en production ces jours-ci. Pour Senior Aerospace Calorstat, une PME qui fabrique des pièces pour les moteurs d'avions et pour la fusée Ariane à Dourdan (Essonne), l'investissement de 2 millions d'euros avait été engagé il y a deux ans. Autant dire à une autre époque, au regard de la crise qui secoue le secteur aéronautique depuis le printemps. «*Nous voulons absolument maintenir nos investissements*», assure Xavier Brengues, le directeur général de l'entreprise, dont l'activité a plongé de 30 %. Dans les prochains mois, la PME a prévu d'investir 1,5 million d'euros, dont un tiers financé par le programme gouvernemental France Relance, pour relocaliser sur le site une ligne implantée jusqu'ici aux Pays-Bas.

La crise sanitaire a chahuté le tissu productif français. En quelques semaines, les entreprises ont dû réajuster leurs modes de production, jongler avec des chaînes d'approvisionnement soudain fragiles, chercher de toute urgence à se diversifier pour celles trop exposées à des secteurs touchés de plein fouet par le Covid-19.

Comme chaque année, la rédaction de "L'Usine Nouvelle" s'est attelée à dresser l'état de santé du tissu productif français. Avec l'aide de nos vingt-cinq correspondants en région, nous documentons chaque jour les évolutions des sites industriels sur tout le territoire.

Pour ce bilan, nous avons compilé, d'un côté, les annonces de fermeture et placement en procédure judiciaire publiées sur notre site usinenouvelle.com depuis le 1er janvier 2020, et, de l'autre, les inaugurations de capacités de production nouvelles, de centres de recherche ou de logistique. Et ce, que ce soient de nouvelles usines stricto sensu, des extensions de bâtiments existants ou la modernisation d'équipements qui permettent d'augmenter les cadences de fabrication.

Le résultat ? Alors que depuis notre premier bilan publié fin 2017, les nouvelles capacités de production surpassaient le nombre de fermetures de sites dans l'Hexagone, cette année, pour la première fois, c'est l'inverse. Pas de beaucoup. Entre le 1er janvier et le 7 décembre, nous avons recensé 59 annonces ou menaces de fermeture de sites industriels. Beaucoup reflètent des difficultés préexistantes que la crise du Covid-19 n'a fait qu'accélérer.

Le groupe japonais Bridgestone invoque la concurrence des pneumatiques low cost en provenance d'Asie pour justifier la fermeture prévue l'an prochain de son usine de Béthune (Pas-de-Calais). En cela, il emboîte le pas à Michelin, qui avait annoncé l'an passé l'arrêt de la production de son site de La Roche-sur-Yon (Vendée), devenue effective ces dernières semaines.

La bataille pour la compétitivité reste rude pour les usines françaises. Le groupe chinois d'électroménager Haier fabriquera désormais ses fours Rosières en Roumanie, après la fermeture de son usine de Lunery (Cher) qu'il avait racheté en 2019. Il ne conservera sur le site qu'une plateforme logistique. Dans la commune voisine de Saint-Florent-sur-Cher, c'est la production de luminaires de rues de Comatelec qui va elle aussi être délocalisée, en Espagne cette fois, faute de compétitivité du site français.

La crise du Covid-19 a aussi fait ses premières victimes. Dans l'aéronautique, les fermetures de l'usine SimAir de Colomiers (Haute-Garonne) et du site de Spherea à Élancourt (Yvelines) répondent à la nécessaire réorganisation pour affronter une baisse de charge sans précédent.

Des investissements lancés avant le Covid-19

La crise n'a pas mis pour autant à l'arrêt les augmentations de capacités de production sur le territoire. Malgré les contraintes liées aux confinements successifs et les fortes incertitudes sur les perspectives d'activité, nous en avons recensé 49 depuis janvier. Parmi celles-ci, 25 concernent des créations de nouvelles usines. En parallèle, notre bilan dénombre aussi 7 modernisations significatives d'équipements de production et 17 extensions de capacité de lignes de production déjà existantes.



Une bonne partie des décisions d'investissement ont été lancées avant le printemps. C'est le cas de Senior Aerospace Calorstat, mais aussi du fabricant d'enduits Toupret qui a inauguré sa troisième usine française à Tigery (Essonne), en janvier. Le verrier américain Owens-Illinois a, lui, injecté 60 millions d'euros pour se doter d'un nouveau four, en fonctionnement depuis janvier aussi, qui augmente ses capacités de production à Gironcourt-sur-Vraine (Vosges). En Indre-et-Loire, SKF a, de son côté, doté son usine de Saint-Cyr-sur-Loire d'un nouveau centre de maintenance pour ses roulements destinés aux engins miniers. Quelques projets sont une réponse directe aux besoins générés par la pandémie de Covid-19, avec l'implantation, entre autres, d'une usine de masques chirurgicaux par le groupe allemand Dräger à Obernai (Bas-Rhin), et une autre par Eurasia, au Blanc-Mesnil (Seine-Saint-Denis).

Forte mobilisation en faveur de l'industrie

Comment résistera le tissu productif au cours des prochains mois ? Grâce à l'afflux de liquidité et aux mesures d'urgence, les défaillances ont paradoxalement atteint un point bas cette année. Mais certains secteurs, en particulier l'aéronautique, n'échapperont pas à de nouvelles réductions de capacités courant 2021. Sur un an, l'industrie, tous secteurs confondus, a détruit 43 800 emplois salariés au troisième trimestre, annulant toutes les créations d'emplois enregistrées dans et autour des usines depuis 2017. Un scénario du pire pour le tissu industriel loin d'être certain.

Au-delà des discours sur la nécessité de relocaliser une partie de la production, les dispositifs du plan de relance pour soutenir l'investissement des entreprises ont fait le plein depuis cet été. *«Quelque 20 % des entreprises industrielles ont déposé des dossiers»*, pointe la ministre déléguée chargée de l'Industrie, Agnès Pannier-Runacher, qui a obtenu une rallonge budgétaire de 250 millions d'euros alors que l'enveloppe de 550 millions d'euros prévus pour 2020 était entièrement engagée fin novembre. Des projets qui vont pour la plupart se concrétiser l'an prochain. *«Les dirigeants ont eu le temps de se poser pendant le confinement.*

Et la forte mobilisation en faveur de l'industrie, de France Relance, mais aussi de la Banque des territoires et des plans de relance régionaux, les a incités à profiter de l'effet d'aubaine», pointe Guillaume Gady, le cofondateur d'Ancoris, un cabinet spécialisé dans l'implantation d'entreprises, qui enregistre une explosion des requêtes sur son site internet pour des bâtiments et terrains industriels depuis l'été, et une hausse de 26 % des projets industriels depuis le début de l'année par rapport à 2019. L'assouplissement des règles européennes permet aux États membres, jusqu'à la mi-2021, d'offrir des subventions allant jusqu'à 800 000 euros. *«Nous avons enregistré une recrudescence de dossiers industriels»*, abonde Franck Becker, le directeur délégué de l'Adira, l'agence de développement d'Alsace, qui doit notamment accueillir une nouvelle usine de tartes flambées en 2021, implantée par un groupe allemand.

«La France était déjà dans une situation favorable avant la crise en matière d'attractivité, reconnaît Isabelle Monvoisin, la cofondatrice d'Ancoris. Les sociétés qui investissent en ce moment sont celles qui se portent le mieux, avec des projets de plus grande ampleur en termes d'emplois que précédemment.»

Dans la santé, Sanofi vient ainsi de lancer 610 millions d'euros d'investissements pour créer deux nouveaux sites en France, l'un consacré à R & D, l'autre à la production de vaccins. Dans l'agroalimentaire, la Laiterie de Saint-Denis-de-l'Hôtel va engager 300 millions d'euros d'ici à 2024 pour deux nouveaux sites de production de jus de fruits et de stockage de crudités. Tout l'enjeu est de s'assurer que cette vague ne retombe pas une fois passé l'effet d'aubaine.



affirme christophe Lecourtier (Business France) / PUBLIÉ LE 04/12/2020

PROPOS RECUEILLIS PAR ANNE-SOPHIE BELLAICHE ET SOLÈNE

<https://www.usinenouvelle.com/editorial/en-2019-pour-la-premiere-fois-la-france-regagnait-des-parts-de-marche-a-l-export-affirme-christophe-lecourtier-business-france.N1036104#>

ENTRETIEN Le directeur général de Business France, qui aide à l'internationalisation des entreprises, estime que le plan de relance export doit permettre aux exportateurs de regagner rapidement leurs positions sur les marchés étrangers.

Christophe Lecourtier dirige l'agence publique de soutien à l'internationalisation des entreprises Business France.

L'Usine Nouvelle - Quelle était la performance à l'export des entreprises françaises en 2019, avant la crise sanitaire ?

Christophe Lecourtier - Le bilan export raconte une histoire de nature à donner confiance pour l'avenir. Tout le monde se met de la cendre sur la tête quand on parle de commerce extérieur car on ne regarde que le déficit commercial. 45 % des exportations sont le fait des grands groupes, qui sont devenus tellement grands que leur production ne se fait plus seulement en France. Mais 99 % des exportateurs sont des PME et des ETI, majoritairement enracinées en France. L'enjeu est de faire émerger cette armée de réserve derrière les grands groupes.

En 2019, les exportations françaises ont progressé de 3,3 % alors que le commerce international a été stable. Pour la première fois depuis 25 ans, la part de marché de la France a progressé, de 3% à 3,1 % selon les Douanes. Et en deux ans, nous avons généré 10 000 exportateurs de plus en France, pour atteindre le chiffre de 129 000. Alors qu'un quart d'entre eux arrêtaient chaque année l'exportation, la proportion est tombée à 20 %. Les entreprises s'inscrivent davantage dans une stratégie plus que dans des approches opportunistes. Le dispositif que nous avons mis en place fonctionne. Les Douanes ont montré que les entreprises accompagnées par la Team France export avaient une croissance de leurs exportations deux fois supérieure à celles qui ne l'étaient pas.

Comment la crise va affecter les exportateurs?

Dans nos statistiques, nous voyons que 85 % à 90 % des entreprises exportatrices sont reparties à l'export. Bien sûr, il y a des entreprises qui ont été abîmées par la crise. Mais nous pouvons être parmi ceux qui profitent de la reprise et retrouver rapidement notre niveau d'exportation de 2019, voire plus.

Le plan de relance de l'export est conçu comme un plan de reconquête quasi militaire. L'objectif est de ressortir des tranchées. Avant de partir à l'assaut, le premier enjeu est le renseignement. Vous devez savoir ce qui est "vert" ou "rouge" en termes de situation économique. Si ce grand distributeur est en faillite, ce n'est pas la peine de le contacter. Nous sommes en train de déployer sur nos plateformes digitales régionales des comptes gratuits pour les entreprises pour leur permettre de recevoir des informations pertinentes sur leur secteur. Les munitions, c'est le financement.

Quels sont les grands axes du plan de relance export ?

Nous avons mobilisé des financements inédits qui permettent de diviser par deux le prix d'une mission de prospection ou d'un salon avec le chèque relance export. En tout, 15 000 chèques doivent être distribués et peuvent être combinés avec l'aide des régions. 1000 entreprises en bénéficient déjà pour 2 millions d'euros. Bpifrance a renforcé l'assurance prospection. Nous venons aussi de lancer le chèque VIE, qui représente une subvention de 5000 euros pour l'embauche d'un jeune volontaire à l'international pour les PME et les ETI. Cela représente 15 à 20 % du coût. Les grandes entreprises peuvent aussi en profiter à condition d'embaucher un jeune issu de formation courte ou de quartiers prioritaires de la politique de la ville. On voit que les entreprises qui s'en sont sorti le mieux ont des troupes à l'étranger. Un directeur commercial ne peut pas effectuer une quarantaine pour quelques jours de déplacement. C'est plus acceptable pour une jeune qui va rester deux ans dans le pays. Depuis l'été, 110 pays sont accessibles. Seuls 30 pays, dont les Etats-Unis sont encore fermés.

Le numérique va-t-il transformer l'export ?

C'est en allant à des salons, en se rencontrant dans des missions que l'on faisait de l'export avant. C'est devenu plus difficile. Pour l'instant, nous avons prévu 600 opérations commerciales en physique en 2021, avec la possibilité de les digitaliser si nécessaire. On arrive à le faire à distance. Nous avons organisé pour Porsche des rencontres virtuelles avec une quinzaine d'entreprises sélectionnées en amont.



Ce qui a permis à certaines d'entre elles d'être sélectionner pour des rendez-vous individuels. Nous allons lancer en janvier des places de marché digitales sectorielles pour présenter de façon permanente l'offre française à des acheteurs. Demain, les exportateurs reviendront aux déplacements, mais moins qu'avant. Le digital permet des économies, y compris dans son bilan carbone qui est une donnée de plus en plus importante pour les entreprises.

La France était en 2019 la première destination européenne pour les investisseurs étrangers. Peut-elle conserver cette position?

Nous avons toutes les chances de sortir du brouillard dans le peloton de tête. La compétitivité de la France ne s'est pas dégradée. Et avec le plan de relance, nous avons une nouvelle histoire à raconter aux investisseurs : la baisse de 10 milliards d'euros des impôts de production et la modernisation du tissu industriel français. Le mouvement pro-business est amplifié.

Le dernier élément concerne la formation professionnelle. En réalité, les investissements suivent les talents et non l'inverse. Nous sommes la première destination des investissements industriels en Europe car les groupes allemands et américains trouvent chez nous du foncier, mais aussi de la main d'œuvre qualifiée.

Les négociations s'éternisent entre Londres et Bruxelles au sujet du futur accord commercial. Comment anticipez-vous la fin de la période de transition le 1er janvier 2021 ?

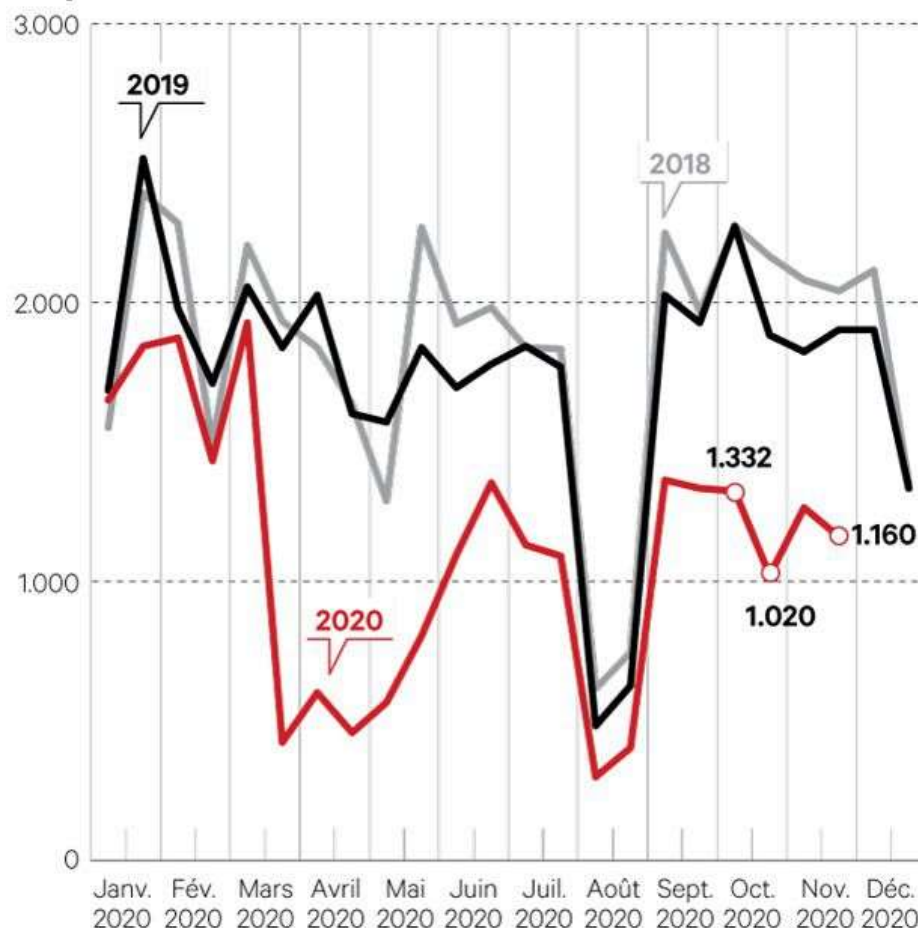
Nous continuons à démarcher des entreprises étrangères. Cela a déjà débouché sur des relocalisations à Paris dans l'industrie financière, de Goldman Sachs à la gestion de la trésorerie de Total. L'industrie attend encore de savoir comment va se terminer la négociation entre l'Union européenne et le Royaume-Uni. Les conséquences sont assez différentes selon que les échanges seront soumis aux règles de l'OMC ou à un accord de libre-échange. En cas de no-deal, des tarifs de 10 % s'appliqueraient à l'automobile par exemple, ce qui revient à supprimer la marge bénéficiaire. Tôt ou tard, les groupes automobiles en tireront les conclusions.

Et pour les entreprises françaises qui exportent ?

L'enjeu est de retrouver rapidement le très haut niveau d'exportations que nous avons en Grande-Bretagne. Cela concerne 30 000 entreprises françaises et c'est l'un de nos principaux excédents commerciaux. Pour cela nous devons permettre aux entreprises de comprendre quelles sont les nouvelles règles du jeu et comment les appliquer. Dès que nous connaîtrons l'ampleur des changements au 1er janvier, nous serons capables d'apporter très vite une information précise aux chefs d'entreprises sur les nouvelles règles phytosanitaires, les emballages, les droits de douanes ... Nous renforçons notre équipe à Londres pour les accompagner. La Grande-Bretagne aura toujours besoin de médicaments, de produits agroalimentaires français. Elle ne va pas d'un seul coup importer ses salades de Nouvelle Zélande ou du Canada.



Nombre bimensuel d'ouvertures de procédures collectives



« LES ÉCHOS » / SOURCE : XERFI

<https://www.lesechos.fr/economie-france/conjoncture/covid-la-vague-de-faillites-est-decalee-a-lannee-prochaine-1272258>

Par **Guillaume de Calignon** / Publié le 9 déc. 2020

Cet automne, les défaillances d'entreprises ont encore chuté de près de 40 % par rapport à la même période de l'an passé, malgré la violence de la crise. Les aides publiques et le refus des Urssaf d'assigner en justice les mauvais payeurs expliquent cette baisse. Mais les défaillances resurgiront en 2021.

La fin des aides publiques et les remboursements des prêts garantis par l'Etat font craindre une explosion des défaillances l'an prochain, selon le Conseil national des greffiers des tribunaux de commerce. (Thomas Samson/AFP)

Elle n'est toujours pas là. Tout le monde la redoute, mais personne ne l'a vu. [La vague de faillites d'entreprises](#) annoncée cet automne n'a pas encore eu lieu. Selon les données recueillies par les greffiers des tribunaux de commerce de France, sur la période du 1er septembre au 30 novembre 2020, 7.465 ouvertures de procédures collectives ont été enregistrées, soit une baisse de 37 % par rapport à la même période de 2019 !

Les tribunaux de commerce ont aussi vu moins de chefs d'entreprise arriver. Sur les douze derniers mois, le nombre de défaillances a chuté d'un tiers en France.

Même si l'activité a plongé avec le Covid-19 et les restrictions sanitaires, les entreprises ont d'abord été soutenues par l'Etat. [Le dispositif d'activité partielle](#), les exonérations de charges sociales et [le fonds de solidarité](#) ont permis à beaucoup d'entre elles de résister jusqu'ici. Ensuite, comme le dit François Asselin, le patron de la Confédération des petites et moyennes entreprises (CPME), « *les Urssaf n'assignent plus aucune entreprise au tribunal* ».

Et finalement, en 2020, l'année d'une crise économique sans précédent avec une chute du PIB de l'ordre de 9 %, [le « quoi qu'il en coûte » d'Emmanuel Macron](#) et la solidarité nationale - financée par endettement, donc par le contribuable - se traduira par moins des faillites qu'en 2019. En tout, [les défaillances](#) devraient baisser de 15.000 cette année par rapport à l'an passé. Du jamais vu.

L'accalmie ne pourra pas durer

Mais évidemment, « *cette accalmie ne pourra pas durer* », estime le Conseil national des greffiers des tribunaux de commerce dans son baromètre publié ce mercredi. « *Aujourd'hui, les chefs d'entreprise sont en attente. Ils savent que cet état est transitoire. Une fois que le passif sera exigible, alors la bulle dans laquelle se trouvent les entreprises éclatera* », prévient Sophie Jonval, présidente du Conseil national des greffiers des tribunaux de commerce. La fin des aides publiques et les remboursements des prêts garantis par l'Etat font craindre une explosion des défaillances l'an prochain.

Si le scénario est certain, l'ampleur de la vague et le calendrier restent à définir. « *Cette vague de procédures collectives touchera en premier lieu les entreprises déjà en difficulté avant la pandémie de la Covid-19 et maintenues artificiellement hors de l'eau par ces mesures gouvernementales* », explique le Conseil national.

Pour les économistes d'Euler Hermes, le moment décisif pourrait intervenir au deuxième trimestre 2021 lorsque les entreprises françaises paieront les impôts de production et les acomptes trimestriels d'autres taxes. « *La politique budgétaire devra faire plus pour éviter une vague de licenciements et d'insolvabilité en France* », concluent les économistes de l'assureur-crédit dans une étude récente.

Des patrons en détresse

« *Il faudra tout faire pour que la réduction du filet de sécurité apporté par l'Etat aux entreprises se fasse petit à petit, que cette réduction des dispositifs de soutien public soit progressive* », insiste Sophie Jonval. Il faut l'espérer car au-delà des seules conséquences économiques, le plongeon de l'activité fait des dégâts humains. « *Au tribunal de commerce, je rencontre chaque semaine des chefs d'entreprise en difficulté. Leur état de délabrement psychique et moral est pire que d'habitude. Ils ne voient pas d'issue à cette crise et ont l'impression d'avoir tout fait, tant sur le plan des mesures sanitaires qu'économiques* », dit Sophie Jonval. Le numéro vert de l'association Apesa, qui vient en aide aux patrons en détresse, est submergé d'appels.



Quelles sont les attentes des collaborateurs dans le nouveau monde du travail ?



Retour sur les tendances de 2020 du monde du travail avec Laurent Degré, Président de Cisco France.

Par **Brice Schwartz** / Publié le 24 novembre 2020

https://siecledigital.fr/2020/11/24/etude-queelles-sont-les-attentes-des-collaborateurs-dans-le-nouveau-monde-du-travail/?utm_source=Newsletter+Si%C3%A8cle+Digital&utm_campaign=d87b69130d-newsletter_hebdomadaire&utm_medium=email&utm_term=0_3b73bad11a-d87b69130d-259609005

Alors que la transformation digitale a été fortement accélérée par la crise du Covid-19 dès le premier confinement de mars 2020, Cisco a mené l'enquête avec Censuwide pour analyser les tendances de ce nouveau monde du travail et du collaborateur de demain.

Dans cette vaste étude européenne, le constat est sans équivoque : l'adoption massive (et au départ forcée) du télétravail a bousculé les habitudes et les normes en entreprise. Alors entre autonomie, flexibilité, choix et hybridation des modes de travail, que révèle ce tour d'horizon ?

Découvrez le point de vue de Laurent Degré, Président de Cisco France, qui met en perspective cette étude et l'analyse pour en faire ressortir les enseignements clés.

Des chiffres qui démontrent un véritable basculement dans les aspirations des collaborateurs

Si les chiffres impressionnants sont nombreux dans l'étude, cette dernière révèle surtout à quel point **les grandes tendances observées sont ancrées dans la réalité**. Pour ne citer que certains points intéressants, voici l'ampleur de ce changement de paradigme :

4 % seulement des Français interrogés avaient la possibilité de télétravailler à leur guise avant le confinement du mois de mars 2020.

88 % des salariés français désirent conserver la liberté de choix dans leur mode de travail au quotidien, entre télétravail ou bureau, tout en modulant leurs heures de travail.

55 % des répondants en France affirment vouloir garder l'autonomie qui leur a été imposée lors du 1^{er} confinement.

45 % d'entre eux sont satisfaits d'avoir pu intégrer une activité physique au sein de leurs habitudes, signe d'un meilleur équilibre entre vie professionnelle et vie personnelle.

83 % des collaborateurs français feraient des outils de collaboration et de communication efficaces une priorité s'ils avaient la possibilité d'être PDG de leur entreprise le temps d'une journée.

Laurent Degré commente ces chiffres en qualité de président de la branche française de l'entreprise technologique : « *Dans le contexte actuel, il est devenu indispensable de favoriser une **approche stratégique de la technologie**. Assurer la **résilience** des entreprises est devenu un élément vital pour combler le fossé numérique creusé par la crise. Nous sommes donc face à un nouveau défi : **adapter les espaces de travail pour des usages hybrides tout en garantissant une sécurité optimale**.* »

Il fait d'ailleurs le lien avec une autre étude réalisée par Cisco avec IDC : « *Au-delà des collaborateurs interrogés, les décideurs aussi ont réalisé l'importance de mettre en place les processus liés au digital en général. C'est un mode de fonctionnement qu'attendent les salariés : **93 % des décideurs considèrent qu'ils doivent accélérer, notamment sur le télétravail**.* »

La réussite de cette transition passe par la technologie, mais aussi par le management et la confiance

La transformation digitale, l'adoption du numérique en général et le télétravail ne basent pas leur succès uniquement sur la technologie. Ce n'est qu'un élément parmi d'autres tout aussi importants : la **démarche managériale et la confiance entre les parties prenantes**.

« *Même si l'on fournit l'ensemble des outils aux collaborateurs, **cela ne peut pas fonctionner sans une démarche managériale à la hauteur*** ». Il ajoute que dans le contexte de guerre des talents qui a lieu pour les entreprises notamment sur certaines fonctions en tension, « *c'est essentiel, car cela devient un critère d'attractivité pour les entreprises, c'est un impératif stratégique. Cette notion de choix et d'attractivité est fondamentale.* »

Le rôle du géant technologique Cisco dans le contexte actuel d'accélération de la transformation digitale en entreprise

Laurent Degré rappelle que « **80 % du trafic mondial transite sur des équipements Cisco**. Depuis toujours, notre métier est de connecter, de transformer et de sécuriser des données. »

Pour aider les entreprises à évoluer aussi rapidement que nécessaire, Cisco s'appuie sur **3 grands piliers**, 3 briques qui ont chacune leur importance :



L'architecture du réseau et la qualité de service pour garantir une connectivité optimale, sans quoi les usages digitaux subissent un rejet en raison de dysfonctionnements ;
Les outils (comme Webex, le service de vidéoconférence par Cisco) qui ont pour but d'optimiser la qualité des communications et le parcours utilisateur ;
Un environnement totalement sécurisé, dans la conception et le développement des produits et jusqu'à la gestion des sous-traitants et des partenaires.

Ces 3 briques sont les éléments indispensables à une bonne utilisation et pour que le collaborateur qui va utiliser cette palette d'outils demeure dans un environnement optimum.

Comment mettre en perspective cette étude dans le cadre du reconfinement de l'automne ?

Bien que les chiffres avancés concernent le premier confinement et la période qui a directement suivi, **la tendance devrait se poursuivre dans la même direction** selon le président de Cisco France : *“Je reste convaincu que ces chiffres ne vont pas vraiment bouger, au contraire, les tendances vont s'accroître. Je ne vois pas de retour en arrière possible. Pendant la première phase, les entreprises ont dû s'équiper et elles ont beaucoup appris. Maintenant, tous les processus s'améliorent et s'enrichissent au niveau technologie, managérial et humain.”*

Nul doute en effet que les entreprises qui ont su tirer parti de l'été 2020 pour prendre de l'avance et investir dans leur transformation digitale sortiront gagnantes de ce reconfinement.

En complément de l'analyse du président de Cisco France, **Wendy Mars, Présidente EMEAR chez Cisco** a également apporté son point de vue sur l'étude en question :

“La pandémie et la rapide adoption des technologies du numérique sont en train de radicalement changer la nature du travail. Nous observons ainsi de nouvelles tendances qui émergent : les individus veulent avoir le choix et plus de flexibilité, les équipes sont plus éclatées et la culture d'entreprise n'a jamais été aussi importante. Les technologies collaboratives basées sur l'intelligence artificielle, les capteurs environnementaux et les analyses avancées sont essentielles. Cela permet de responsabiliser les employés, maintenir les équipes connectées et productives où qu'elles soient, tout en augmentant la sécurité des lieux de travail.”

Comme l'affirme Laurent Degré, **“la tendance est à l'hybridation et à la flexibilité”**. Après une première phase difficile au printemps, parsemée de réticence voire de panique, il souffle désormais un vent de liberté en entreprise : le choix devient une priorité chez les collaborateurs qui ont découvert que le travail pouvait être différent.

VOIR L'ÉTUDE DE CISCO

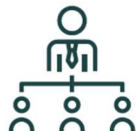
<https://ebooks.cisco.com/story/workforce-of-the-future-france/>



MANAGER SANS S'ÉPUISER ET SANS ÉPUISER SES ÉQUIPES



INCERTITUDES LIÉES
À LA CRISE SANITAIRE



STRESS PERSONNEL
ET DE L'ÉQUIPE À GÉRER



DIGITALISATION
DES PROCESSUS



TRAVAIL ET COMMUNICATION
À DISTANCE

"Comment accepter la situation,
tenir la pression et la fatigue ?"

"Comment être présent et
entretenir la motivation ?"

"Quels sont les contours de ma
responsabilité ?"

MANAGER VERSION 2020

OBJECTIF : REVALORISER LA RELATION

ALIMENTER LE BESOIN DE SENS

- Incarner des valeurs humaines.
- Ajuster et réajuster une direction claire pour ses équipes.
- Faire le lien entre les priorités opérationnelles et les enjeux de l'entreprise.
- Donner et demander des feedbacks régulièrement et spontanément.



ADAPTER SON MANAGEMENT AUX NOUVEAUX ESPACES DE TRAVAIL

- Créer des rituels pour remplacer la proximité du bureau.
- Donner de la visibilité sur son calendrier, sa disponibilité.
- Clarifier les temps et canaux de communication.
- Alimenter sa pratique par l'échange (avec son manager, d'autres managers, les RH, un coach, ...).



SE LIBÉRER DU TEMPS

- Se fixer des objectifs SMART sur une courte durée.
- Contrôler la qualité du travail réalisé plutôt que contrôler le travail.
- Développer la coopération directe au sein de son équipe.
- Laisser de la place aux temps strictement relationnels.



ÉCOUTER LES ÉMOTIONS

- Accepter les émotions dans son équipe.
- Poser un cadre dans lequel les émotions peuvent s'exprimer.
- Traduire les émotions en besoins relationnels.
- Convertir les émotions en énergie positive.



REFAIRE LE PLEIN D'ÉNERGIE

- Être attentif à sa fatigue et à celle de ses collaborateurs.
- Prendre des temps de récupération.
- Adopter une posture qui motive à l'action.
- Encourager la pro-activité, les initiatives.



Covid-19 : quel sort pour les contrats commerciaux en pleine crise économique ?



<https://theconversation.com/covid-19-quel-sort-pour-les-contrats-commerciaux-en-pleine-crise-economique-150472?>

Au-delà des dispositifs règlementaires, le dialogue et les solutions à l'amiable restent les voies à privilégier

Les différentes mesures gouvernementales visant à limiter la propagation du virus impactent durement les entreprises qui peinent à honorer leurs engagements contractuels et à poursuivre leurs relations commerciales.

Sur quels dispositifs peuvent-elles s'appuyer pour tenter de poursuivre leurs relations d'affaires ou pour y mettre fin sans être inquiétées ? Le droit commun des contrats et le droit de la concurrence apportent des réponses que les juges auront à apprécier dans les semaines et les mois à venir.

Un cas de force majeure ?

La force majeure, prévue à l'article 1218 du Code civil, apparaît aujourd'hui comme le remède le plus évident face à l'impossibilité d'exécuter le contrat.

Son rôle exonératoire de responsabilité reste toutefois subordonné à la réunion de plusieurs conditions. Il y a force majeure lorsqu'un événement – irrésistible (ses effets ne peuvent être évités par des mesures appropriées), imprévisible lors de la conclusion du contrat et échappant au contrôle du débiteur –, empêche l'exécution de son obligation par le débiteur. Selon que l'empêchement est temporaire ou définitif, la force majeure permet au contractant de suspendre l'exécution de son obligation, ou provoque la résolution de plein droit du contrat, libérant ainsi les parties de leurs obligations.

La lecture de la jurisprudence nous enseigne que la seule existence d'une épidémie ne suffit pas à caractériser la force majeure, faute, le plus souvent, de pouvoir démontrer un caractère d'imprévisibilité et d'irrésistibilité. La gravité de la crise actuelle peut-elle infléchir cette position ?

Il est indéniable que la Covid-19 et les mesures restrictives mises en place par les pouvoirs publics pour lutter contre la propagation du virus échappent au contrôle de l'entreprise. L'impossibilité absolue de mettre en place des solutions alternatives (indépendamment de leurs coûts) pour poursuivre l'exécution du contrat devra en revanche être appréciée au cas par cas. De la même manière, le caractère imprévisible des mesures de restrictions dépendra tout à la fois de la nature du contrat et de la date de sa conclusion.

Dans la majorité des cas, ce sont bien les restrictions impératives, et non le virus lui-même, qui emportent l'impossibilité pour l'entreprise d'honorer ses obligations.

Les restrictions mises en place par les gouvernements afin de contrer la propagation du virus constituent davantage un frein aux obligations des entreprises que le virus lui-même.

Dès lors, quelle date « pivot » prendre en compte pour apprécier leur caractère imprévisible ? Est-ce la date du 30 janvier 2020 à laquelle l'OMS a déclaré l'urgence de santé publique de portée internationale ? Celle du 28 février à laquelle la France est passée au stade 2 de gestion de l'épidémie, ou bien encore celle du 15 mars marquant la fermeture des commerces non indispensables à la vie de la Nation... ? Les juges le diront.

L'article 1218 du Code civil n'étant pas impératif, une attention doit être prêtée au contrat : une clause de force majeure a pu en effet y être insérée, soit pour exclure expressément certains événements permettant de l'invoquer, soit pour aménager ses conditions et ses effets.

L'imprévision, un remède possible ?

Lorsque l'exécution du contrat est devenue non pas impossible mais particulièrement difficile, le recours à la force majeure doit être écarté. L'imprévision prévue à l'article 1195 du code civil peut en revanche trouver à s'appliquer.

Le texte vise les situations dans lesquelles l'exécution du contrat est devenue « excessivement onéreuse » (et non pas seulement difficile ou moins rentable) pour une des parties, à la suite d'un changement imprévisible des circonstances existantes lors de sa conclusion. Cette dernière peut dans un premier temps demander la renégociation du contrat au cocontractant. Son exécution doit se poursuivre durant la renégociation. En cas de refus ou d'échec de celle-ci, les parties peuvent convenir ensemble de la résolution du contrat ou de son adaptation par le juge. Enfin, à défaut d'accord dans un délai raisonnable, ce dernier peut, à la demande d'une partie, réviser le contrat ou y mettre fin.

Si l'article 1195 du Code civil privilégie le dialogue en vue d'une renégociation amiable du contrat, reste que pendant celle-ci les parties ont l'obligation d'exécuter leurs obligations, ce qui pourra s'avérer particulièrement ardu dans le contexte actuel.

Le texte n'étant pas d'ordre public, il convient là encore de vérifier le contenu du contrat. Les parties, acceptant le risque, ont pu y exclure la révision pour imprévision, ou au contraire prévoir dans une clause de renégociation (clause de *hardship*) la révision du contrat en cas de bouleversements, à certaines conditions.



Relations commerciales établies : respecter un préavis ?

Fragilisées par la crise liée à la Covid-19, certaines entreprises pourraient envisager de remettre en cause des relations commerciales établies, autrement dit stables et régulières (un contrat dont l'exécution se prolonge dans le temps, une succession de contrats qui se renouvellent...). Dans quelles conditions peuvent-elles réduire significativement leur courant d'affaires ou y mettre un terme ?

La rupture brutale des relations commerciales établies constitue une pratique restrictive de concurrence visée à l'article L 442-1 II du Code de commerce. Toute personne exerçant des activités de production, de distribution ou de services doit respecter un préavis écrit d'une durée suffisante avant de rompre même partiellement une telle relation d'affaires, sous peine de voir sa responsabilité engagée. La durée du préavis, laissée à l'appréciation du juge, dépendra de l'ancienneté de la relation, des usages, du volume d'affaires réalisé...

Avant de rompre une relation d'affaires, un préavis écrit, dont la durée est décidée par le juge, doit être respecté.. Shutterstock

Le texte précise que la responsabilité de l'auteur de la rupture ne peut être engagée dès lors qu'il a respecté un préavis de dix-huit mois. Par ailleurs, la faculté de résiliation sans préavis devient possible en cas d'inexécution par l'autre partie de ses obligations ou en cas de force majeure.

Dans le contexte actuel, le respect d'un préavis suffisant, avant de réduire ou de rompre la relation commerciale ne sera pas toujours aisé. À défaut de remplir les critères de la force majeure, la crise liée au coronavirus pourrait-elle justifier une rupture sans préavis ?

Un courant jurisprudentiel semble admettre que des circonstances extérieures, notamment une conjoncture particulièrement difficile en un temps de crise économique, puissent exclure le caractère fautif d'une rupture sans préavis suffisant. Par exemple, dans l'arrêt n° 16-15.285 du 8 novembre 2017, la Cour de cassation a considéré qu'une baisse de 75 % des commandes inhérente à un marché en crise n'engageait pas la responsabilité de l'auteur de la rupture. L'auteur de la rupture doit faire preuve de bonne foi ; il ne pourrait échapper à sa responsabilité en profitant de la situation de crise pour rompre la relation d'affaires.

L'épidémie de Covid-19 met à l'épreuve les entreprises. Les règles de droit commun des contrats et le droit de la concurrence permettant la poursuite ou la rupture de leurs relations d'affaires devront être appréciés au cas par cas. Face à cette crise d'une ampleur inédite, il paraît difficile d'anticiper les décisions des juges, qui apprécieront ces dispositions au cas par cas. Le dialogue et les solutions amiables sont la voie à privilégier. En amont, les entreprises ont par ailleurs tout intérêt à anticiper le risque en tenant compte de la crise et de ses conséquences dans la négociation de leurs futurs contrats.



L'USINE NOUVELLE Les 5 chiffres clés de la 5G en 2026

[HTTPS://WWW.USINENOUVELLE.COM/ARTICLE/LES-CINQ-CHIFFRES-CLES-DE-LA-5G-EN-2026-SELON-UN-RAPPORT-D-ERICSSON.N1034944#XTOR=EPR-169&EMAIL=NBOCQUET@GIFEC.ORG](https://www.usinenouvelle.com/article/les-cinq-chiffres-cles-de-la-5g-en-2026-selon-un-rapport-d-ericsson.N1034944#XTOR=EPR-169&EMAIL=NBOCQUET@GIFEC.ORG)

PUBLIÉ LE 01/12/2020

Selon le dernier rapport d'Ericsson sur la mobilité, le développement de la 5G s'annonce beaucoup plus rapide que toutes les anciennes générations de mobiles. En voici les cinq chiffres clés à l'horizon 2026.

Ericsson vient de publier son rapport de novembre sur la mobilité. Il dresse un état des lieux complet des mobiles aujourd'hui et des perspectives de développement de cette industrie d'ici à l'horizon 2026. La 5G, dont le déploiement est en train de s'accélérer avec notamment le lancement en France par SFR, Orange et Bouygues Telecom en cette fin d'année, y occupe une place de choix. En voici les cinq chiffres clés.

3,5 milliards

C'est le nombre d'abonnés 5G dans le monde, soit 40 % du nombre total d'abonnés mobiles. La Chine compterait à elle seule 1,22 milliard d'abonnés 5G, soit 35 % du chiffre mondial. A la fin de 2020, le nombre d'abonnés 5G devrait atteindre 220 millions, dont près de 80 % en Chine.

68 %

C'est le poids de la 5G dans les abonnements mobiles en 2026 en Europe de l'Ouest. A comparer au taux de 80 % en Amérique du Nord, la région où la 5G aurait la pénétration la plus élevée, suivie par la Chine avec 74,4 %. C'est en Afrique sub-saharienne que la 5G aurait la pénétration la plus faible de seulement 5 %.

60 %

C'est la part de la population couverte par la 5G dans le monde, contre 15 % à la fin de 2020.

60 millions

C'est le nombre d'accès fixe sans fil à internet à haut débit assurés par la 5G, ce qui représenterait 40 % des accès fixe sans fil à internet.

54 %

C'est la part de la 5G dans le trafic de données mobiles. Ce trafic devrait bondir de 51 exaoctet en 2021 à 226 exaoctet en 2026, représentant une multiplication par un facteur 4,5. En Europe de l'Ouest, le trafic moyen par smartphone devrait passer de 7,6 Go / mois en 2019 à 46 Go par mois en 2026. La 5G jouera un rôle clé dans l'absorption de cette explosion du trafic.



La 5G est-elle réellement la pierre angulaire de la relance de l'industrie française ?



https://www.techniques-ingenieur.fr/actualite/articles/la-5g-est-elle-reellement-la-pierre-angulaire-de-la-relance-de-lindustrie-francaise-85285/?utm_campaign=/72/WP/AY4MARC

Posté le 4 novembre 2020 par Chaymaa Deb

Au sein du gouvernement et dans plusieurs entreprises françaises, l'arrivée de la 5G est attendue de pied ferme. Les partisans du déploiement de ce nouveau réseau affirment qu'il sera bénéfique pour la santé de l'industrie française, favorisant ainsi sa compétitivité face à la concurrence étrangère. Pourtant, cet avis n'est pas partagé par tous les patrons du secteur.

Pour Cédric O, il est urgent que la France voie la 5G déployée sur son territoire, au nom de la santé de l'industrie française. « *Tout le monde estime que pour la reprise économique, pour la réindustrialisation, pour l'avenir de l'industrie, c'est extrêmement important* », a déclaré le secrétaire d'État chargé de la Transition numérique et des Communications, le 29 septembre, sur l'antenne d'Europe 1.

L'autre argument avancé par Cédric O, en faveur de ce réseau de nouvelle génération, concerne la compétitivité des entreprises sur les marchés internationaux. « *Pour pouvoir développer l'industrie en France, on a besoin de la 5G. Attendre, c'est laisser les usines s'implanter ailleurs* », affirme le secrétaire d'État. Son impatience s'explique par le fait que plusieurs pays à travers le monde ont adopté la 5G au cours des derniers mois. En effet, en Europe, la 5G a récemment fait son entrée dans plusieurs pays dont l'Allemagne, la Bulgarie, l'Irlande, la Suède et la République Tchèque, [selon l'Observatoire européen de la 5G](#).

« Une solution de connectivité particulièrement adaptée à l'industrie du futur »

Bien qu'elle ne soit pas encore commercialisée, des premières tentatives d'utilisations industrielles de la 5G sont déjà effectuées sur le territoire national. Fin septembre, Schneider Electric a annoncé avoir testé le réseau indoor conçu par Orange dans son usine de Vaudreuil (Eure). Pour cela, l'entreprise spécialisée dans la gestion de l'énergie a installé cinq antennes, mises au point par l'opérateur français, dans ses locaux.

Le réseau a été utilisé pour deux cas d'usage : la réalité augmentée liée aux activités des techniciens de maintenance, et la mise en place d'un robot de téléprésence pour les ventes à distance. L'objectif de cette opération a été d'évaluer si la 5G permettait de répondre aux exigences de fiabilité nécessaires à l'industrie.

Les résultats obtenus semblent concluants. *« L'expérimentation menée à Vaudreuil valide de nombreux cas d'usage de la 5G. Cela démontre que la fiabilité, l'évolutivité et la durabilité de la 5G en font une solution de connectivité particulièrement adaptée à l'industrie du futur »*, atteste dans un communiqué Jean-Pascal Tricoire, président-directeur général de Schneider Electric. De son côté, Stéphane Richard, président-directeur général d'Orange, rappelle que les avantages de ce nouveau réseau sont multiples pour les entreprises. *« La 5G est une innovation de rupture, une technologie dont les applications industrielles sont nombreuses. Parmi elles se trouvent la maintenance prédictive, ou encore le traitement de vidéos en temps réel »*, déclare-t-il dans un communiqué.

« Une ineptie totale »

Mais malgré ces bénéfices annoncés, d'autres patrons se montrent moins enthousiastes face à l'arrivée de la 5G. À Labège (Haute-Garonne), Ludovic Le Moan, fait partie de ces sceptiques. Pour le cofondateur de l'entreprise innovante Sigfox, experte dans l'internet des objets (IoT), la puissance de ce nouveau réseau n'est pas nécessairement essentielle à l'industrie innovante. *« Avec la 5G, beaucoup plus énergivore [que les réseaux précédents, NDLR], on met l'accent sur le business sans avoir conscience de son impact sur l'environnement »*, déplore-t-il dans le média local Actu.fr.

En effet, Ludovic Le Moan estime que le recours à un réseau hyper performant n'est pas pertinent pour tous les usages. *« La 5G est une ineptie totale pour l'internet des objets. Autant utiliser le bon canal »*, assène-t-il. *« La grande majorité des objets connectés ont besoin de très peu de données à échanger. Il faut donc un réseau de grande capacité, mais à bas débit »*, poursuit-il. C'est pourquoi l'entrepreneur a mis au point un réseau « zéro G » (un réseau bas débit, suffisant pour l'internet des objets), plus frugal. Cette solution interpelle d'autant plus que, selon le site britannique d'analyses de données GSMA Intelligence, il pourrait y avoir 25,2 milliards de connexions IoT en 2025 contre 6,3 milliards en 2016.

Les équipementiers automobiles européens ont été les plus secoués par la crise



[HTTPS://WWW.USINENOUVELLE.COM/ARTICLE/INFOGRAPHIE-LES-EQUIPEMENTIERS-AUTOMOBILES-EUPEEENS-ONT-ETE-LES-PLUS-SECOUES-PAR-LA-CRISE.N1041939#XTOR=EPR-255&EMAIL=NBOCQUET@GIFEC.ORG](https://www.usinenouvelle.com/article/infographie-les-equipementiers-automobiles-europeens-ont-ete-les-plus-secoues-par-la-crise.N1041939#XTOR=EPR-255&EMAIL=NBOCQUET@GIFEC.ORG)

PUBLIÉ LE 18/12/2020 À 14H00 - D'après une étude du cabinet Roland Berger et de la banque Lazard, les équipementiers européens ont été les seuls à voir leurs marges passer en négatif au premier semestre 2020.

Les équipementiers automobiles ont vu leurs marges s'écrouler à une moyenne de 1,7% au premier semestre, selon le cabinet Roland Berger. © D.R.

Il fallait hélas s'y attendre. Les équipementiers automobiles ont été fortement affectés par l'épidémie de la Covid-19 qui paralyse l'économie mondiale depuis de longs mois. Comme chaque année, le cabinet Roland Berger et la banque Lazard ont passé au crible la performance de 600 entreprises du secteur à travers le monde. Voici leurs conclusions.

La marge d'exploitation (EBIT) moyenne de ces acteurs, déjà en recul en 2019, s'est écroulée à 1,7% au cours du premier semestre 2020.

Le chiffre d'affaires des équipementiers automobiles a suivi la même trajectoire, avec une contraction de 25% sur les six premiers mois de 2020. Ces niveaux devraient cependant remonter légèrement sur l'ensemble de l'année. La marge devrait être comprise entre 2 et 3% en 2020. Les revenus ne devraient être en recul "que" de 15 à 20% sur douze mois, grâce au *"rebond de l'activité observé en fin d'année"*, précise Eric Kirstetter, directeur associé senior au sein du cabinet Roland Berger.

Une reprise dont a profité avant tout un pays : la Chine. En témoigne la reprise des ventes de véhicules légers. D'après le cabinet Roland Berger, les volumes sont remontés dès le deuxième trimestre 2020, pour revenir à des valeurs semblables à 2019 à partir du troisième. Bilan : les ventes de voitures neuves devraient atteindre 22 millions d'unités en 2020, selon les calculs de Roland Berger pour le premier marché automobile mondial, contre 25 millions en 2019.

Les équipementiers automobiles fragilisés par la crise

Source : Global Automotive Supplier
Study 2020 - Roland Berger / Lazard

La Covid-19 a pesé sur
les marges

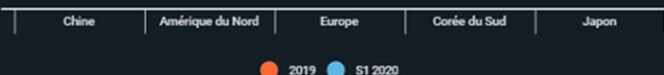
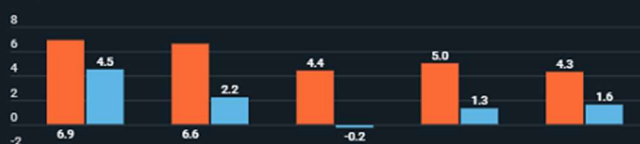


L'EBIT des
équipementiers
pourrait s'établir
entre 2,3 à 2,8% en
2020

Les groupes européens

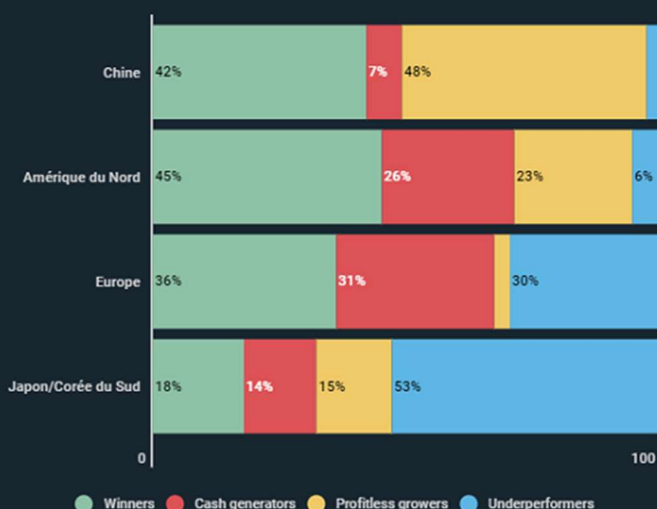
affectés par la chute des volumes et les restructurations

Marge EBIT (%)



La Chine en quête de leadership

Performance des entreprises par type et région entre 2009 et 2019



Winners

"Équipementiers dont les investissements et les marges sont supérieurs à la moyenne"

Profitless growers

"Équipementiers ayant investi massivement mais dont les marges restent moyennes"



Cash generators

"Équipementiers qui génèrent de forts profits malgré des investissements limités"

Underperformers

"Équipementiers en difficultés et donc dotés d'une capacité d'investissement limitée"



La mesure de la performance des groupes entre 2009 et 2019 par région et catégorie a été réalisée par Roland Berger et Lazard à partir des données de 300 équipementiers des principales régions automobiles.

L'étude globale porte sur 600 groupes dans le monde.

(Infographie réalisée par **JULIE THOIN-BOUSQUIÉ**)

Des entreprises en sous-performance

Mieux encore, *"la Chine devrait dépasser ses records de ventes d'ici 2026, avec des volumes supérieurs à 29 millions de véhicules. A l'inverse, l'Europe aura le moins bon rebond à long terme. La démographie en Europe de l'Ouest et le taux d'équipement très élevé dans la région expliquent cette faible reprise"*, détaille Eric Kirstetter. Le cabinet attend des ventes s'élevant à quasiment 14 millions d'unités cette année, contre 18 millions en 2019, et de seulement 17 millions d'unités vers 2026.

Ces écarts de performances entre les marchés se ressentent sur les résultats des équipementiers. Les acteurs chinois se sont sortis du périlleux premier semestre 2020 avec une marge de 4,5%. Loin devant les Européens, dont le niveau de marge moyen, déjà parmi le plus bas du secteur en 2019, a basculé à -0,2% sur la période. *"Les marges des équipementiers européens ont été touchées par plusieurs cas de restructurations en plus de la crise de la Covid-19"*, observe Roland Berger dans son étude.

Des résultats à mettre en regard de l'analyse des performances entre 2009 et 2019 menée par le cabinet sur environ 300 équipementiers. Quand l'Amérique du Nord et la Chine comptent plus de 45% d'entreprises "gagnantes" – entendues comme des sociétés investissant massivement et générant des marges supérieurs à la moyenne –, l'Europe n'en compte que 36%. Mais surtout, 30% des groupes issus du Vieux Continent sont classés comme étant en "sous-performance".

"Logique de conquête"

"C'est un chiffre alarmant. Il est notamment lié à la pression réglementaire en Europe, qui pénalise fortement les acteurs positionnés sur des activités en recul comme les moteurs thermiques", estime Eric Kirstetter. Seuls les sociétés japonaises et sud-coréennes affichent des niveaux inférieurs, d'après Roland Berger. *"Dans ces deux pays, les groupes ont toujours été soutenus par les grands constructeurs locaux et ont du mal à se réinventer pour aller chercher de nouveaux marchés"*, observe le spécialiste.

A l'inverse, *"les acteurs chinois sont dans une logique de conquête. Ils se montrent agressifs sur les prix pour conquérir des volumes et devenir leaders sur leur marché, même si cela se fait au détriment de la profitabilité"*, considère Eric Kirstetter. Pour les auteurs de l'étude, les "winners" ont en commun d'être leaders sur leurs produits et d'avoir une stratégie cohérente – effort massif de R&D, synergies sur l'ensemble du portefeuille, désinvestissements pour ajuster ce même portefeuille, etc.

Ces équipementiers travaillent aussi sur leur taille – en s'assurant une présence mondiale – et affichent des résultats supérieurs aux estimations, tout en œuvrant à un déploiement efficace des ressources, liste Roland Berger. Des chantiers multiples à mener sur fond de reprise incertaine des ventes à travers le monde et de transformations majeures pour l'industrie automobile – véhicule électrique, autonome, mobilité partagée, etc. Pas évident.

Les ventes mondiales d'automobiles pourraient progresser de 9 % en 2021 selon IHS Markit



<https://www.auto-infos.fr/Les-ventes-mondiales-d-automobiles,14809>

Publié le 18 décembre 2020 par Alexandre Guillet

Alors que 2020 devrait atterrir à 76, 5 millions d'immatriculations de VL dans le monde, les analystes d'IHS Markit tablent sur un rebond significatif en 2021, avec 83,4 millions de ventes, soit une progression de 9 %. Tous les détails en un clic.

Alors que l'exercice 2020 a logiquement été plombé par la crise sanitaire mondiale et les différents épisodes de confinement (76,5 millions de VL vendus selon le dernier cycle d'estimations), **les experts d'IHS Markit envisagent 2021 de manière plus positive, avec une progression marquée de 9 %, soit 83,4 millions de ventes de VL** dans le monde. Une prévision qui reste prudente, car elle intègre dans ses paramètres un simple début de campagne de vaccination. Une campagne qui devrait porter pleinement ses fruits sur la confiance des consommateurs en 2022, voire en 2023.

« La reprise de 2021 sera largement conditionnée par l'évolution de la pandémie et par le rythme des campagnes de vaccination. On observe encore de nombreuses restrictions dans plusieurs pays, ce qui ne stimule naturellement pas la demande. On peut estimer qu'à la mi-2021, les choses se normaliseront quelque peu », détaille **Colin Couchman**, directeur exécutif des prévisions VL chez IHS Markit.

Selon Colin Couchman, **l'Europe** (- 24,2 %, à 13,7 millions d'unités en 2020) n'est pas la zone la plus engageante... En cause, les nouvelles restrictions prises par de nombreux pays, les conséquences du Brexit, et la menace d'une troisième vague.

Cependant, les perspectives de reprise restent importantes, surtout si les gouvernements maintiennent leurs aides : **+ 11 % pour 15,3 millions de VL**. *« Le consommateur est clairement dans une position d'attente, par rapport à l'évolution du Covid, aux véhicules électriques et aux risques liés au Brexit »,* synthétise Colin Couchman.

Aux États-Unis, malgré un cycle structurel plus défavorable du marché automobile, les prévisions d'IHS Markit tablent aussi sur **un rebond de l'ordre de + 10 %, soit 16 millions de VL**, contre 14,5 millions en 2020. « *Il faudra être patient, car la demande sera très vraisemblablement vigoureuse au second semestre* », souligne **Chris Hopson**, analyste chez IHS Markit spécialisé sur le marché américain.

En Chine, l'impact de la crise a été moins fort en 2020 (23,6 millions de VL, à - 5 %) et la reprise sera donc logiquement moins marquée : **+ 5,6 %, à 24,9 millions d'unités**. Le délai d'entrée en vigueur de certaines législations, notamment sur les nouvelles énergies (programmes NEV), laisse planer certaines incertitudes, tandis que **tous les indicateurs seront au vert pour le segment premium et celui des véhicules utilitaires légers**.

Au niveau du mix énergétique, **le mouvement d'électrification en cours va naturellement se confirmer**, dans la mesure où il est mû par les législations sur les trois principaux marchés mondiaux (Chine, Europe et États-Unis). Au cumul de ces trois marchés, **le volume de ventes de véhicules électriques à batteries (BEV) est attendu à 2,45 millions d'unités en 2021 (5,4 % de part de marché)**, soit une progression de **1,7 %** par rapport à 2020.

L'USINE NOUVELLE

La France, pays le plus touché par la chute de la production automobile en Europe



PUBLIÉ LE 08/12/2020 / <https://www.usinenouvelle.com/article/la-france-pays-le-plus-touche-par-la-chute-de-la-production-automobile-en-europe.N1037714#xtor=EPR-255&email=nbocquet@gifec.org>

D'après Inovev, la France a enregistré la plus forte chute dans la production de véhicules particuliers des pays d'Europe en 2020. De quoi faire reculer le pays dans le classement des plus gros producteurs de voitures en Europe. Par chance, il y a les utilitaires.

La production d'utilitaires, comme ici à Renault Maubeuge (Nord) a permis de maintenir la France dans les trois premiers pays producteurs de voitures en France sur les dix premiers mois de l'année, malgré la crise. © Pascal Guittet

Mauvaise nouvelle. Dans une analyse publiée dimanche 7 décembre, le cabinet Inovev estime que la France est le pays d'Europe le plus touché par la baisse de la production automobile. Sur les dix premiers mois de l'année, les volumes d'assemblage de véhicules particuliers neufs dans l'Hexagone ont chuté de 47%, par rapport à la même période en 2019.

Le deuxième pays le plus sinistré est le Royaume-Uni (-36%), notamment à cause des incertitudes liées au Brexit. Le géant allemand est lui aussi touché, avec un recul de l'ordre de 30% sur les dix premiers mois de l'année. L'Espagne et l'Italie s'en sortent mieux (-25%) grâce à "*l'arrivée de nouveaux modèles dans leurs usines (Peugeot 2008 en Espagne et Jeep Compass en Italie)*", précise Inovev.

En France, la forte contraction s'explique par les mesures de confinement décidées pour enrayer la propagation de l'épidémie de la Covid-19, mais aussi par le départ de plusieurs modèles. "*La France a pâti fortement du transfert en Espagne de la Peugeot 2008, de la Renault Clio en Slovaquie, de la Peugeot 208 en Slovaquie et de l'Opel Grandland en Allemagne*", écrit Inovev dans sa note.

La France sauvée par les utilitaires

Bilan : "*la France est passée derrière la République Tchèque en 2020*" en matière de production de voitures particulières depuis le début de l'année, d'après les calculs du cabinet. L'Hexagone a produit 8% du total des modèles assemblés sur le Vieux Continent sur les dix premiers mois. Autant que le Royaume-Uni, mais moins que la République Tchèque (9%), l'Espagne (16%) et l'Allemagne (29%).

C'est sans intégrer la production des véhicules utilitaires. Au total, la France a produit sur les dix premiers mois de l'année un peu plus d'un million de véhicules, précise Inovev. Bien moins qu'avant la crise. Mais grâce aux utilitaires, l'Hexagone se maintient à la troisième place des plus gros producteurs d'automobiles en Europe.

Le pays se situe derrière l'Espagne (1,8 million de véhicules utilitaires et particuliers, soit 17% de la production européenne) et l'Allemagne (29%, environ 3 millions de véhicules). La République Tchèque est pour sa part reléguée à la quatrième place (pas loin de 850 000 unités produites), et le Royaume-Uni à la cinquième (seulement 800 000 voitures produites en intégrant les utilitaires).

Chez Renault, trois usines d'utilitaires

Pour le tissu industriel français, les utilitaires apparaissent de plus en plus cruciaux. PSA a dédié son site de Hordain (Nord) à la production de ces modèles, tandis que chez Renault, trois sites assemblent des utilitaires : Batilly (Meurthe-et-Moselle) Maubeuge (Nord) et Sandouville (Seine-Maritime). Ces usines représentent pas loin de la moitié des volumes de production du groupe.

Un phénomène qui devrait s'accroître avec l'arrêt de Flins (Yvelines). L'usine de production des Renault Zoé et Nissan Micra doit cesser son activité initiale pour se consacrer à l'économie circulaire. Des véhicules continueront à sortir du site, ont assuré les dirigeants de Renault, mais il s'agira bientôt de modèles d'occasion.

Flins doit ainsi être en mesure de reconditionner plus de 45 000 véhicules par an à partir de septembre 2021, afin de permettre au constructeur de se positionner sur le très porteur marché de l'occasion. Une ligne doit aussi être installée en 2024 sur le site francilien avec pour objectif de démanteler 10 000 véhicules par an.



http://www.journalauto.com/lja/article.view/35330/lja/1/La%20production%20automobile%20fran%C3%A7aise%20au%20plus%20bas?actId=ebwp0YMB8s1ZLzyWfwrlo9UcvuQDVN7a57ET3fWtrS_zlImXoUX3byUyKmOTNJ-9&actCampaignType=MAIL&actSource=5132

Amplifiée par la crise sanitaire, la chute de la production française en 2020 était toutefois attendue avant un rebond à partir de 2021.

Avant même la crise sanitaire, la production française était déjà annoncée en baisse. En effet, la perte de certains modèles, comme le Peugeot 2008 qui a quitté Mulhouse, des versions de Peugeot 208 et Renault Clio qui ne sont plus produites à Poissy et Flins ou l'Opel Grandland qui n'est plus à Sochaux, ne laissait que peu de doutes sur la production annuelle Hexagonale. Ces modèles totalisaient 330 000 unités en 2019.

Alors le Covid et l'arrêt de la production au printemps ont encore amplifié les choses. A fin octobre 2020, le cabinet Inovev indique que la production française de VP a plongé de 47 %, à seulement 719 090 unités. En ajoutant les VUL, le total grimpe à 1 096 537 unités, mais la chute reste lourde, - 43 %. A l'échelle européenne, la chute est de 29 %, avec 11 millions d'unités.

Un constat sans appel mais la production française devrait retrouver quelques couleurs en 2021, indépendamment de la crise sanitaire. L'année prochaine, des renouvellements de modèles importants, comme le Renault Kangoo (et sa variante Mercedes) et la Peugeot 308, ou le retour de certains, comme la Citroën C5, devraient faire gagner des volumes.

Puis il y a aussi des nouvelles productions sur notre territoire. Ainsi, le nouvel Opel Mokka va venir gonfler le volume de l'usine de Poissy. La Toyota Yaris Cross va aussi faire ces débuts à Valenciennes-Onnaing. La Megane ZE sortira du site de Douai. Ainsi, ces produits renouvelés et nouveaux devraient représenter 535 000 unités en 2021 et 640 000 en 2022.

Modèles qui ont quitté la France en 2020

Modèles	Usines	Volume 2019
Peugeot 2008	Mulhouse	179 813
Opel Grandland	Sochaux	65 025
Peugeot 208	Poissy	42 390
Renault Clio	Flins	41 931
Total		329 159



Modèles renouvelés et nouveaux en France en 2021

Modèles	Usines	Volume 2020	Volume 2021	Volume 2022
Opel Mokka	Poissy	-	103 490	119 250
Renault Kangoo	Mauberge	89 632	110 704	124 836
Peugeot 308	Sochaux/Mulhouse	118 774	148 593	172 750
Toyota Yaris Cross	Onnaing	-	105 380	125 559
Citroën C5	Mulhouse	-	17 806	24 229
Renault Megane ZE	Douai	-	0	19 054
Mercedes Citan	Mauberge	-	16 385	19 127
Fiat Talento	Valenciennes	-	32 615	36 382
Total		208 406	534 973	641 187

Source : Inovev

L'USINE NOUVELLE **Malgré l'effondrement historique** **du marché automobile,** **l'occasion tient bon**



[HTTPS://WWW.USINENOUVELLE.COM/ARTICLE/MALGRE-L-EFFONDREMENT-HISTORIQUE-DU-MARCHE-AUTOMOBILE-L-OCCASION-TIENT-BON.N1040644#](https://www.usinenouvelle.com/article/malgre-l-effondrement-historique-du-marche-automobile-l-occasion-tient-bon.N1040644#) / PUBLIÉ LE 16/12/2020

L'observatoire Cetelem estime que les ventes de voitures neuves ne retrouveront pas leur niveau d'avant-crise avant 2023 en France. Mais l'occasion devrait rebondir dès 2021. Sans surprise, le marché de l'occasion s'est mieux maintenu en 2020 que celui du neuf.©

L'industrie automobile a fait face à un *"effondrement historique du marché"* en 2020. Dans son étude annuelle, l'Observatoire Cetelem, organe de veille économique de BNP Paribas Personal Finance, estime que les ventes mondiales de véhicules légers neufs – incluant voitures particulières et utilitaires – vont chuter de 17% sur l'ensemble de l'année, à un point bas de 76 millions d'unités. Loin des 96 millions de véhicules vendus entre 2017 et 2018.

Un rebond est cependant attendu dès 2021, à 84 millions de voitures neuves – soit une croissance de 11% par rapport à 2020. Des constats valables pour le marché européen, et l'Hexagone. *"La France va chuter à 1,6 million de ventes sur le véhicule particulier neuf cette année. On revient au milieu des années 1970. C'est un recul historique"*, précise Flavien Neuvy, directeur de l'Observatoire Cetelem, lors d'une conférence de presse en ligne mardi 15 décembre.

1,1 million d'emplois menacés en Europe

Au total, *"le marché hexagonal ne retrouvera pas son niveau d'avant-crise avant au moins 2023"*, estime le spécialiste, malgré un rebond de 19% à un total de 1,9 million d'unités attendu en 2021. Un choc aux fortes conséquences économiques. Dans son étude, l'Observatoire estime qu'au moins 1,1 million d'emplois étaient affectés en Europe en avril 2020 par cette crise, dont 90 000 en France, le second pays le plus touché, mais loin derrière l'Allemagne.

Outre-Rhin, près de 570 000 emplois seraient menacés par la Covid-19. Un calcul qui n'intègre que des *"personnes directement employées par les constructeurs d'automobiles, de camions, de fourgonnettes et de bus"*. Mais qui inquiète d'autant plus que le passage au véhicule électrique fait planer, depuis quelques années, le spectre de coupes drastiques dans les effectifs de l'industrie automobile, et en particulier dans les pays européens.

Le véhicule d'occasion résiste

Mais dans cette tempête, un marché a démontré sa résilience en 2020 : celui de l'occasion. D'après l'Observatoire Cetelem, les ventes de véhicules d'occasion ne devraient se contracter en 2020 en France que de 5%, à un total d'environ 5,6 millions d'unités. *"Le recours au marché de l'occasion a toujours été un mouvement naturel lorsque les temps économiques se compliquent. 2020 ne fait pas exception"*, est-il indiqué dans l'étude.

Mieux encore, les ventes de voitures d'occasion devraient remonter à 5,8 millions d'unités dès 2021. *"Ce rebond des ventes doit permettre de remettre le marché de l'occasion au niveau de 2019"*, détaille Flavien Neuvy. Une bonne tenue de ce marché qui explique notamment que l'un des axes de transformation de l'usine de Renault à Flins (Yvelines) repose sur le reconditionnement de véhicules d'occasion.

L'électrique à la conquête du marché

"L'occasion a toujours été un sujet de préoccupation pour les concessionnaires et les constructeurs. Il ne faut pas oublier que ce marché est deux fois et demi plus important en volume que le neuf. C'est considérable", rappelle Flavien Neuvy. Autre sujet de préoccupation évident : l'électrique. 17% des personnes interrogées par l'Observatoire Cetelem indiquent vouloir acheter un véhicule électrique à l'avenir dans le monde, et quasiment 30% un modèle hybride rechargeable.

Des intentions d'achats qui se traduisent déjà dans les ventes. En France, la part de marché des véhicules 100% électriques a bondi à 6% selon l'Observatoire – contre 2% en 2019 – tandis que celle des hybrides a plus que doublé pour atteindre 14% – alors qu'elle n'était que de 6% en 2019. *"La voiture électrique est entrée dans un cercle vertueux en termes de diffusion. Seul maillon faible : le nombre de bornes de recharge encore insuffisant aux yeux des utilisateurs"*, relève Flavien Neuvy.

L'USINE NOUVELLE

Le marché automobile français a mieux encaissé le choc du confinement en novembre



PUBLIÉ LE 01/12/2020

<https://www.usinenouvelle.com/article/le-marche-automobile-francais-encaisse-mieux-le-choc-du-confinement-en-novembre.N1035024#xtor=EPR-255&email=nbocquet@gifec.org>

Le clique et collecte a compensé l'impact du confinement sur le marché automobile français. PSA et Renault voient tout de même leurs livraisons de voitures neuves fortement baisser en novembre.

Pour limiter l'impact des mesures de restriction sanitaires, le gouvernement a autorisé le clique et collecte dans les concessions automobiles.

Sur le papier, le marché automobile français a traversé un mois difficile. En novembre, les immatriculations de voitures particulières neuves ont baissé de 27,03 % sur un an pour tomber à 126 048 unités, selon les données publiées mardi 1er décembre par le Comité des constructeurs français d'automobiles (CCFA). En prenant en compte le reconfinement, cette baisse des ventes apparaît toutefois comme relativement modérée.

Quatrième mois consécutif de recul

“Après un -72,25 % en mars et un -88,84 % en avril, ce reconfinement a des conséquences sur le marché automobile décidément très différentes”, fait remarquer le comité. Pour limiter l'impact des mesures de restriction sanitaires, le gouvernement a autorisé le clique et collecte dans les concessions automobiles comme dans les autres commerces.

Novembre représente tout de même le quatrième mois consécutif de recul pour le secteur. Sur les onze premiers mois de 2020, les immatriculations affichent une baisse de 26,92 % pour 1 463 796 immatriculations. Dans ce marché sinistré, presque toutes les marques évoluent dans le rouge.

PSA et Renault s'enfoncent dans la crise

Les entreprises françaises n'échappent pas à ce constat. Premier constructeur automobile du marché, PSA voit ses immatriculations diminuer de 23,4 %, soit 41 772 véhicules. La marque DS résiste bien (-0,7 %, 1 996 unités) mais les autres enseignes du groupe souffrent : Citroën (-33,1 %, 11 485 voitures), Peugeot (-19,7 %, 25 310) et Opel (-21,6 %, 2 981). Seule consolation : PSA renforce légèrement sa part de marché qui gagne plus de 1,5 point pour atteindre 33,1 %.

Frappé de plein fouet, le groupe Renault enregistre des immatriculations en chute de 34,2 % avec 28 022 unités. Le rival de PSA est freiné par la marque Renault qui plonge de 34,8 % (21 279 voitures). Dacia (-31,9 %, 6 653) et Alpine (-49,4 %, 90) sont aussi en repli.

Sans surprise, le bilan reste négatif pour les deux groupes entre janvier et novembre. PSA enregistre une contre-performance de -26,8 % (479 881 voitures) et Renault est en baisse de -25,9 % (367 416).

Mini, Smart et Land Rover résistent

Chez les gros constructeurs étrangers, peu de marques font exception. On remarque tout de même des livraisons en progression chez Mini du groupe allemand BMW (+1 %, 1 975 immatriculations), Smart du constructeur allemand Daimler (+30 %, 221 unités) et Land Rover du conglomérat indien Tata (+15,4 %, 757 unités).

Pour les maisons mères de ces marques, le bilan se montre bien moins positif. BMW est en repli de 22,2 % (6 102 unités), tout comme son concurrent Daimler en baisse de 17,2 % (5 164 voitures). Avec des volumes plus faibles, Tata diminue de 3,7 % (808 véhicules).

Volkswagen toujours en repli

Premier groupe étranger sur le marché français, Volkswagen enregistre une baisse de 24,7 % (18 036 voitures). Dans le détail : la marque VW chute de 23,4 % (9 299 immatriculations), Audi de 13,5 % (4 072), Skoda de 23,4 % (2 510), Seat de 46,5 % (1 713) et Porsche de 30,8 % (426). Malgré ces difficultés, le groupe allemand maintient sa part de marché à 14,3 % (+0,4 point).

Les autres groupes étrangers affichent des performances contrastées. Côté américain, Ford dégringole de 41,7 % (3 646 immatriculations). Le groupe italo-américain Fiat-Chrysler Automobiles (FCA), qui projette de fusionner avec PSA, est en repli de 34,1 % (3 967 voitures), ralenti par Fiat (-37,4 %, 3 080 voitures) et Jeep (-12,6 %, 632).

Les partenaires japonais de Renault restent en souffrance : Nissan enregistre une chute de ses livraisons de 38,8 % (2 081 unités) et Mitsubishi affiche une nouvelle fois la pire performance du marché avec des immatriculations en chute libre de 70,5 % (202 unités). Toujours au Japon, Toyota encaisse mieux le choc avec 7 289 voitures mises sur les routes (-11,9 %). Après un mois d'octobre positif, Suzuki diminue de 20,8 % (1 159) et le groupe sud-coréen Hyundai est en baisse de 33,1 % (4 592 unités).

American Express Meetings and Events livre ses prévisions pour 2021

Recul des événements 100% virtuels, retour progressif de réunions à l'échelle locale et nouvelle hausse des opérations hybrides : le rapport Global Meetings and Events Forecast d'American Express Meetings & Events livre ses prévisions pour 2021.

<https://www.voyages-d-affaires.com/american-express-meetings-events-2021-20201118.html>

Par Florian Guillemain - 18 novembre 2020



D'après le rapport Global Meetings and Events Forecast d'American Express Meetings & Events, les opérations hybrides devraient accompagner la reprise d'événements classiques en 2021, mais en format réduit et à l'échelle locale

Sevrés de **réunions** et d'**événements** « classiques » pendant quasiment toute l'année 2020, les professionnels entendent bien se rattraper l'an prochain, avec modération. D'après le nouveau **rapport 2021 Global Meetings and Events Forecast d'American Express Meetings & Events**, le « tout virtuel » devrait ainsi céder du terrain, au profit d'**événements en présentiel**, mais surtout d'**opérations hybrides**.

Ces dernières devraient d'ailleurs accompagner une forme de retour progressif à la normale, à en croire la divisions Meetings & Events de la TMC. « *L'enseignement clé de notre rapport est clair : les réunions doivent avoir lieu. Il y a une volonté de revenir aux réunions en présentiel dès qu'il sera possible de le faire en toute sécurité, et les réunions hybrides en seront le catalyseur* », estime ainsi Gerardo Tejado, Senior Vice President et General Manager d'American Express Meetings and Events.

c'était incroyable de voir la passion et l'innovation mises en œuvre pour permettre aux gens de se rencontrer grâce au recours accru des technologies

Pourtant, à en croire les responsables du rapport, ce défi technologique a créé une émulation certaine, et mis en lumière la capacité d'adaptation des entreprises : « *L'importance que les entreprises dans le monde entier continuent d'accorder aux réunions et aux événements est flagrante du fait de la rapidité avec laquelle elles sont passées du format présentiel au format virtuel. Pour mon équipe et moi-même c'était incroyable de voir la passion et l'innovation mises en œuvre pour permettre aux gens de se rencontrer grâce au recours accru des technologies existantes* », témoigne Gerardo Tejado. Mais cette digitalisation à marche forcée aurait aussi montré ses limites, non seulement en termes de motivation des participants – le rapport pointe « *la lassitude engendrée par les réunions virtuelles* » – mais aussi en termes de coûts. D'après American Express Meetings & Events, 35 % des événements virtuels et hybrides nécessiteraient les services d'une agence capable de gérer une gamme complète de services.

D'après le rapport Global Meetings and Events Forecast, le « **terrain d'entente** » offert par les événements hybrides devrait donc accompagner la reprise des opérations en présentiel. Ces dernières devraient même représenter **la moitié de la programmation 2021** sur le **marché européen** d'après les prévisions de l'agence. Pour autant, il s'agira avant tout de réunions simples et en format restreint, organisés à l'échelle locale voire régionale.



Pourquoi l'édition 2021 du salon aéronautique du Bourget n'aura pas lieu



PUBLIÉ LE 07/12/2020 À 12H32 / <https://www.usinenouvelle.com/article/pourquoi-l-edition-2021-du-salon-aeronautique-du-bourget-n-aura-pas-lieu.N1037019#xtor=EPR-418&email=nbocquet@gifec.org>

Pas de salon aéronautique du Bourget en 2021, pour cause de Covid-19. © SIAE 2017 - Anthony Guerra & Alex Marc

En raison des incertitudes liées à l'épidémie de Covid-19, les organisateurs du salon aéronautique du Bourget ont décidé d'annuler l'édition 2021. Ils n'ont pas voulu prendre un risque financier qui aurait pu menacer directement l'événement.

Coup de massue pour le secteur aéronautique. La grande fête organisée tous les deux ans qu'est le salon aéronautique du Bourget, rassemblant professionnels et grand public, n'aura pas lieu comme elle aurait dû l'être du 21 au 27 juin 2021. L'organisateur – la SIAE (Salon International de l'Aéronautique et de l'Espace de Paris-Le Bourget) – a annoncé cette décision lundi 7 décembre en mettant en avant les incertitudes liées à la pandémie mondiale de Covid-19. La prochaine édition du plus grand raout aéronautique mondial aura lieu en 2023.

"C'est une décision très lourde, c'est un crève-cœur de l'annuler, confie à L'Usine Nouvelle Gilles Fournier, le directeur général de la SIAE, filiale à 100% du GIFAS (Groupement des Industries Françaises Aéronautiques et Spatiales). Cela fait 18 mois que nous avons commencé à l'organiser, nous étions dans la dernière ligne droite. Mais ne pas prendre cette décision eut été irresponsable. Le maintien de l'événement aurait pu nous mener à la catastrophe et signifier la mort de la société". Des propos qui soulignent l'enjeu financier que représente le salon aéronautique du Bourget.

Eviter la catastrophe

L'événement génère entre 50 et 70 millions d'euros de revenus à chaque édition, pour une grande part issus des entreprises participantes. Les organisateurs craignaient de devoir annuler au dernier moment, pour cause de mesures sanitaires, un salon qui accueille quelque 300 000 visiteurs : environ 40 000 par jour durant les journées professionnelles et entre 60 000 et 80 000 lors de celles ouvertes au public. Ils prennent donc les devants pour éviter un remboursement total de l'ensemble des frais qui auraient été engagés.

Reste que la SIAE va devoir assumer des dépenses déjà effectuées. *"La SIAE remboursera intégralement ses exposants des sommes versées et assumera seule les conséquences financières de sa décision"*, indique l'organisateur dans son communiqué, sans fournir de chiffre. Une précision qui satisfera les exposants, qui étaient près de 2 500 en 2019, en particulier les TPE et PME pour lesquels une participation au salon relève de l'investissement. Précision de Gilles Fournier : *"je ne peux fournir ces éléments qui sont confidentiels, mais nous allons y perdre sans toutefois nous mettre en danger"*.

Prochain rendez-vous en 2023

Avant de prendre cette décision en forme de couperet, les organisateurs avaient évalué différents scénarios. Celui d'un report avant l'hiver 2021 n'était pas possible en raison de l'agenda du site à ce moment-là. Le repousser en 2022 n'était pas non plus envisageable : le salon britannique de Farnborough est organisé tous les deux en alternance avec celui du Bourget au même moment de l'année. Quant à la perspective d'une édition uniquement professionnelle, sans accueil du grand public, elle a un temps été considérée mais vite écartée car ne correspondant pas à l'esprit de l'événement.

L'annulation du plus grand salon aéronautique mondial intervient alors que le secteur est frappé par la plus grave crise de son histoire, le Covid-19 ayant mis à terre le transport aérien. Si l'édition 2021 n'aurait sans doute pas été celle de tous les records en matière de commandes d'avions, elle aurait pu être placée sous le signe de l'aviation décarbonée, comme celle de 2019 commençait à l'esquisser. *"En 2023, nous ferons un grand salon"*, se console Gilles Fournier. Et le responsable de miser à cette date sur un événement qui marquerait enfin la reprise du secteur aéronautique.





Guillaume Fedele | le 03/12/2020 /

https://www.lemoniteur.fr/article/legallais-est-anti-black-friday.2119834#xtor=EPR-4&utm_source=newsletter&utm_medium=email&utm_campaign=negoce&email=nbocquet@gifec.org

Le quincaillier normand propose une alternative au Black Friday : ses produits ne sont pas soldés mais 10€ seront reversés à l'association Terre de Liens pour toutes commandes supérieures à 229€.

Ne souhaitant pas participer à la surenchère des promotions liée au Black Friday, Legallais a décidé de participer aux Green et Yellow Friday. Le principe est simple, le quincaillier normand invite ses clients artisans et collectivités « à privilégier l'achat de produits écoresponsables, à faible impact environnemental et respectueux de la santé. » Ainsi, « pour toute commande d'un montant supérieur à 229€ (comprenant 110€ de produits choisis dans la boutique dédiée), 10 € seront reversés à l'association Terre de Liens Normandie. »

Evaluer les pratiques RSE

Cette boutique écoresponsable regroupe aujourd'hui plus de 5500 références, soit 10 % de l'offre de Legallais. Pour être sélectionné, « le fournisseur est évalué sur ses pratiques RSE (Responsabilité sociétale) et doit répondre aux questionnaires produits portant sur le lieu de fabrication (les productions françaises et européennes sont alors encouragées), le cycle de vie (écoconception, utilisation, recyclabilité en fin de vie...) ainsi que sur les matières utilisées », d'après le communiqué de presse. « Le dossier est ensuite analysé par un comité interne indépendant. La qualification est revue tous les 5 ans ».



Pierre Pichère | le 03/12/2020

L'enseigne du groupe Adeo pour les professionnels, lancée en 2018, est pilotée depuis février par Sébastien Attina, par ailleurs DG de Bricoman, suite au départ du fondateur Pascal Lefebvre. Une décision vient d'être prise concernant son devenir.

L'aventure s'arrêtera bientôt. Interrogé par Négoce Magazine, Sébastien Attina, président de ProBox depuis février 2020, s'en explique. « Le concept, bien que prometteur, est très loin d'avoir rencontré son public. Nous avons donc décidé d'une cessation totale de l'activité. » Cette décision intervient un peu moins d'un an après le départ du groupe Adeo de Pascal Lefebvre, à l'origine de ce concept qui voulait séduire les artisans dans les grandes agglomérations, à commencer par Paris. « Nous ferons en sorte que toutes les équipes de ProBox se voient proposer un poste au sein de Bricoman ou du groupe Adeo », précise Sébastien Attina.

Publié par [Stéphane Vigliandi](#) /
08/12/2020 10:31 -

<https://www.zepros.fr/bricomman-ses-projets-pour-seduire-encore-plus-les-pros--94095>



[Zepros Négoco] Crise sanitaire, activité 2020, création d'une marketplace, lancement d'un nouveau format de proximité... : Sébastien Attina, le directeur général de Bricoman France, fait un point sur l'exercice qui s'achève et dévoile les chantiers en cours afin d'optimiser l'expérience utilisateur.

LES LEÇONS DE LA CRISE COVID

Sébastien Attina : Dès le début du premier confinement, l'enseigne et ses collaborateurs, tous volontaires, ont toujours répondu présents pour accompagner les artisans. Au plus dur de la crise, nous avons bien sûr reconsidéré beaucoup de choses à la faveur de protocoles sanitaires encore plus stricts. Mais nos magasins n'ont jamais fermé. L'engagement humain n'a jamais failli. Durant quelques jours, **au début de la crise, Bricoman a même été une enseigne 100 % pure player**. Mais nous disposions déjà d'un back-office robuste pour être une entreprise performante sur le plan omnicanal. Au cours de cette période, **les ventes en ligne ont été multipliées par... 40 !** Le portefeuille de nouveaux clients professionnels a, lui aussi, nettement augmenté. Plus d'un quart d'entre eux ont d'ailleurs ouvert un compte.

Commandes en ligne, click & collect, drive... : la digitalisation des process s'est accélérée, mais il était indispensable de ne pas rompre la chaîne de valeur. Tant à notre niveau que pour nos clients, **cette séquence nous a beaucoup appris sur la transformation des usages digitaux**. Aujourd'hui, la part des ventes liée au web est redescendu sous le seuil des 10 % de notre activité : ce qui est dans la tendance générale de tous les sites du commerce BtoB. Notre assortiment est avant tout composé de produits lourds et techniques.

L'artisan consulte avant tout sur internet pour voir, comprendre nos gammes, comparer nos offres. Mais cela représente une part non négligeable pour créer du flux et du trafic dans nos points de vente. Il ne faut pas analyser les performances du canal web uniquement par le volume des ventes qu'il draine.

L'ACTIVITÉ EN 2020 ET LA RSE

S. A. : Dès la mi-juillet, nous avons renoué avec la croissance. La reprise a été plus rapide et plus forte que prévue. À tel point que Bricoman va clôturer son exercice 2020 en forte progression tant en termes de chiffre d'affaires que de résultats. Cette crise n'a pas remis en cause nos objectifs pour l'année 2021. Si beaucoup de dossiers ont dû être mis en stand-by pour nous focaliser sur la protection des collaborateurs et des clients, nous allons intensifier nos investissements pour faire évoluer nos modèles de vente. Pour nourrir la croissance l'an prochain, l'enseigne travaille encore plus ses assortiments en hyper-proximité avec des PME qui fabriquent en France ou en Europe. C'est dans cet esprit que nous avons lancé mi-octobre la 2e édition biennale de [notre opération commerciale "Fabrication Française"](#). Au-delà du patriotisme économique, nous souhaitons **valoriser l'offre éco-responsable et biosourcée dans notre catalogue 2021**. Depuis six mois, Bricoman travaille aussi avec ses fournisseurs pour que **chaque produit référencé soit tracé avec son lieu de fabrication d'ici à la mi-2021**. Notre catalogue général 2021 aura un rôle de pédagogie en ce sens. Concernant la rénovation énergétique et la RE 2020, nos ateliers Le Lab' en points de vente sont un vrai trait d'union entre les artisans et les organismes de formation.

PREMIERS RETOURS SUR L'OUVERTURE DE BONNEUIL-SUR-MARNE (94)

S. A. : C'est [à ce jour notre plus grand magasin en France](#) (9 200 m² de surface de vente). Le démarrage est vraiment encourageant, avec une importante proportion de clients artisans sur lequel repose désormais notre écosystème hybride. Depuis son ouverture le 28 septembre dernier, Bonneuil a déjà enregistré plus de 1 000 artisans porteurs de notre programme de fidélité Premium Pro. Néanmoins, il est encore un peu tôt pour en tirer les premiers enseignements et voir s'il faudra y apporter des ajustements. Nous ferons **un premier point d'étape en mai ou juin prochain**. Dans les métiers du Bâtiment, l'artisan reste fidèle à son négoce principal une dizaine d'années, et il faut trois ans en moyenne avant que l'ouverture d'un nouveau point de vente ne décolle vraiment.

UNE PLACE DE MARCHÉ FIN 2021



S. A. : Pour **conquérir de nouveaux clients professionnels**, nous travaillons actuellement sur un projet de marketplace qui doit nous permettre de **disposer d'une plus grande profondeur de gammes** auprès des professionnels. C'est un changement culturel fort pour Bricoman. Ce sera une offre complémentaire que l'artisan ne trouve pas stockée en permanence dans son point de vente. D'une part, il s'agit de capitaliser sur les partenariats noués avec les fabricants sélectionnés pour intégrer la totalité de leurs offres produits. C'est le moyen de créer plus d'opportunités en termes de visibilité des marques. D'autre part, nous n'excluons pas d'**aller vers des métiers périphériques comme le couvreur, l'étancheur** pour mieux répondre à leurs attentes. Dans l'univers du génie climatique, par exemple, la marketplace pourra accueillir des marques qui ne sont pas forcément référencées aujourd'hui dans nos points de vente. Toute la partie back-office est déjà opérationnelle. Il nous reste maintenant à mettre en œuvre le volet front-office. La marketplace ouvrira d'ici à fin 2021.

L'ARRIVÉE D'UN NOUVEAU FORMAT DE PROXIMITÉ

S. A. : Depuis bientôt quatre ans, nous travaillons sur le projet **“Bricoman L’Agence”**. Dans une zone de chalandise où nous disposons déjà d’une “big box”, ce nouveau concept d’agence de **1 000 m²** doit nous permettre de **ceinturer l’agglomération en nous rapprochant des zones de chantier en cœur de ville**. Ce n’est **pas un format city**, mais bien un point de contact et de retrait supplémentaire. L’artisan va y trouver toute l’expérience utilisateur on et off-line de Bricoman. Le plan de vente a fait l’objet de tout **un travail de densification de l’offre** et de choix de gammes pour proposer un assortiment de **7 000 références** (gros et second œuvre, carrelage, produits de mise en œuvre...) dont une partie sera disponible en moins de 4 heures. **Le premier “Bricoman L’Agence” ouvre ce 8 décembre au Mans** : une ville qui dispose déjà d’une “big box” à Yvré-Lévêque, en périphérie Est. En termes de potentiel, les 36 grandes agglomérations où est implanté aujourd’hui Bricoman pourraient héberger ce nouveau format. Mais nous ciblerons aussi les villes moyennes. En parallèle, nous poursuivons le travail de remodeling de nos grands formats. En 2021, une dizaine de Bricoman est concernée.

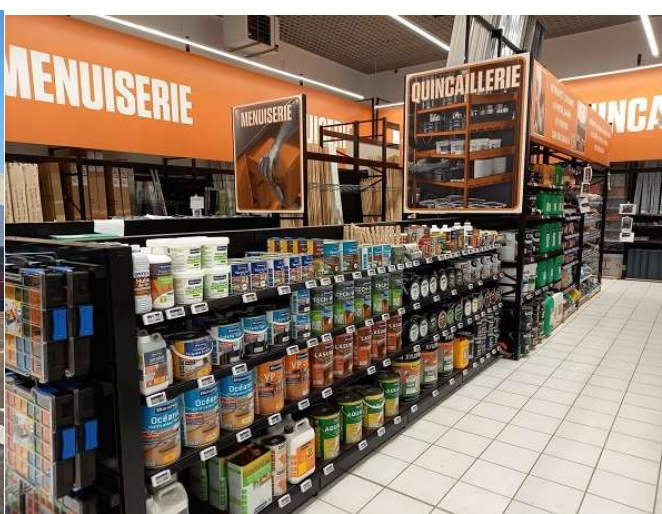
→ APERÇU DU PREMIER “BRICOMAN L’AGENCE” OUVERT AU MANS

Ce nouveau format de proximité propose les mêmes services que les “big box” Bricoman. Notamment le drive en 2 heures chrono, les menuiseries sur mesure, une offre en planchers béton (études, devis, livraisons), une toupie béton, des zones d’exposition en carrelage et sanitaire...

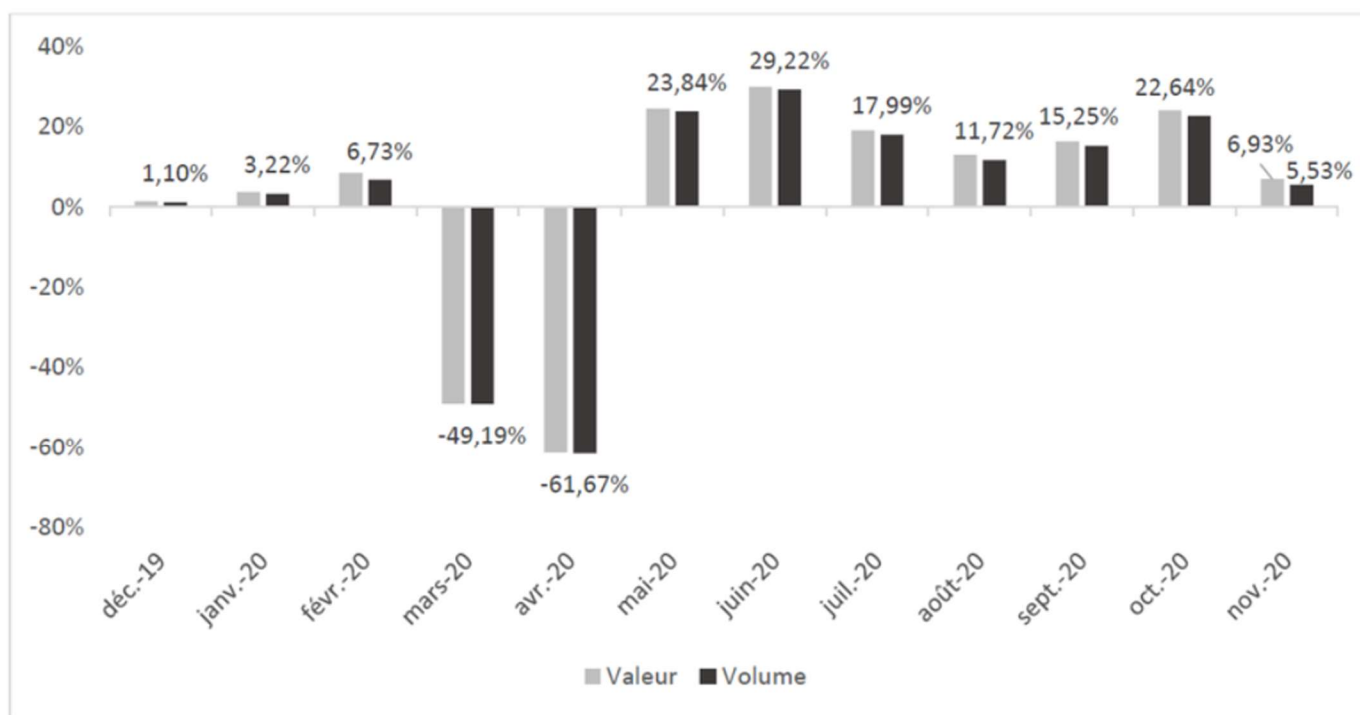
Bricoman France • Les chiffres-clés

- **38** points de vente dont **1** Bricoman L’Agence
- **2 100** salariés
- Environ **35 000** porteurs BtoB de la carte de fidélité Premium Pro

(Source : Bricoman France)



Variation en % par rapport à la même période de l'année précédente



<https://www.lsa-conso.fr/en-novembre-le-dynamisme-du-bricolage-ne-faiblit-pas,368818>

L'indice des grandes surfaces de bricolage établi par la FMB et la Banque de France montre que le deuxième confinement n'a pas entamé la bonne tenue des ventes qui maintiennent un niveau de croissance à presque 7% en novembre.

Tous les experts le disent : l'année 2020 restera comme l'année de la maison. Maison, valeur de refuge et de repli sur soi, en ces temps de confinements répétés. Résultat : l'indice des ventes dans les grandes surfaces de **bricolage** délivré par la FMB (Fédération des magasins de bricolage et d'aménagement de la maison) et la Banque de France montre certes une moindre croissance en novembre, mais une croissance malgré tout.

Croissance en cumul

Ainsi, en novembre, bien que les Français aient été assujettis à résidence, les ventes de bricolage affichent une croissance de presque 7%. Et les mois précédents ayant été marqués par une forte progression, le secteur enregistre une croissance en valeur et en volume en cumul à fin novembre, respectivement de 2,68% et de 1,78%.

En 2021, rebond en trompe-l'œil du bâtiment

[HTTPS://WWW.USINENOUVELLE.COM/EDITORIAL/EN-2021-LE-BATIMENT-S-ATTEND-A-UN-REBOND-EN-TROMPE-L-IL.N1040639#XTOR=EPR-302&EMAIL=NBOCQUET@GIFEC.ORG](https://www.usinenouvelle.com/editorial/en-2021-le-batiment-s-attend-a-un-rebond-en-trompe-l-il.N1040639#XTOR=EPR-302&EMAIL=NBOCQUET@GIFEC.ORG)

PUBLIÉ LE 16/12/2020

SUR LE MÊME SUJET



- Suite au premier confinement, les grands groupes français du BTP à la peine



- Dans le BTP, une confiance à restaurer



- Piscines, peinture, isolation... Les Français confinés soignent leur habitat

- Dans le BTP, mauvais temps pour le gaz



Les perspectives présentées par la Fédération française du bâtiment font état d'une hausse significative de l'activité en 2021, après une année 2020 semi-confinée et tourmentée. La construction de logements neufs devrait plonger.

Perspectives moroses pour le bâtiment. En 2021, l'activité devrait progresser en volume de 11% par rapport à 2020. A cette année atypique, la Fédération française du bâtiment (FFB) préfère substituer les chiffres de 2019 : hors effets prix, l'activité reculerait l'an prochain de 5,6% par rapport à cette référence. En 2021, 50 000 postes pourraient être détruits dans le bâtiment (par rapport à 2020), et 60 000 par rapport à 2019.

Alerte sur le logement neuf

Les représentants de la profession ne cachent pas leur inquiétude quant à l'état du segment du logement neuf. Les mises en chantier perdraient 12,6%, à 328 000 unités, contre 375 000 en 2020. Les logements autorisés reculeraient de 9,1% sur un an, et de 22,6% par

rapport à 2019. Sur le seul logement individuel, après une chute d'environ 10% en 2020, les ventes perdraient 7% en 2021. Côté promotion immobilière, après des ventes en baisse de plus de 20% en 2020, *"le mouvement perdurera en 2021"* mais la baisse devrait s'atténuer sous l'effet d'une meilleure continuité de l'activité économique.

"L'absence de prise en compte du logement neuf dans le plan France Relance entraînera une crise historique en 2021", estime le président de la FFB, Olivier Salleron. Parmi les autres facteurs avancés, figurent le resserrement des conditions d'octroi de crédits, qui pèse sur les candidats à la primo-accession et à l'investissement locatif et, pour la construction non résidentielle, l'attentisme des donneurs d'ordres privés dans cette période de crise ainsi qu'un repli de la commande publique. Sont enfin évoqués le blocage de certains projets suite à l'élection de maires écologistes et *"les attaques contre Action Logement"* - l'organisme paritaire entretient actuellement des relations tendues avec l'Etat.

La rénovation a le vent en poupe

La filière bâtiment peut néanmoins se satisfaire d'une hausse anticipée de l'activité dans l'amélioration-entretien : +9,8% entre 2020 et 2021 (mais seulement +0,1% par rapport à 2019). *"Le gouvernement a mis le paquet sur la rénovation énergétique, mais d'autres travaux seront en baisse, car il y a eu une baisse du nombre de transactions sur les logements anciens en 2020"*, indique Olivier Salleron qui craint également *"la réticence à entamer des travaux non-urgents dans une période de crise troublée"*. Les volumes avaient baissé de 8,8% en 2020.

Le gouvernement a par ailleurs annoncé, lundi 14 décembre, avoir retenu 4214 projets pour la rénovation énergétique des bâtiments publics de l'État, de l'enseignement supérieur, de la recherche et de la vie étudiante dans le cadre du plan France Relance, pour un montant de 2,7 milliards d'euros. Une réduction de 400 à 500 millions kWh (kilowattheures d'énergie finale) est prévue au terme des travaux. 4108 projets d'un montant de moins de 5 millions d'euros, devraient profiter paritairement aux TPE et PME, escomptent les ministères concernés. L'échéance des travaux est fixée à la fin 2023.

Une RE2020 toujours contestée

Sans surprise, la FFB s'inquiète de l'impact de l'entrée en vigueur courant 2021 de la prochaine réglementation environnementale (RE2020). *"Nous ne sommes pas contre l'innovation ou la baisse du carbone. Le bâtiment a toujours su s'adapter et être plus écologique. Mais quand il faut s'adapter et enclencher des modifications tout de suite, avec des projets déjà en cours, c'est plus délicat"*, avance d'emblée Olivier Salleron.

Alors que le gouvernement estime les surcoûts de construction à 4%, la fédération professionnelle et ses partenaires les chiffrent entre 6% et 13%. D'autres règles, comme la généralisation progressive des douches sans ressaut (dites "à l'italienne") dans certains types de logements et à certaines conditions, s'appliqueront aussi en 2021.

Un point de satisfaction, lié aux conditions de travail, ponctue toutefois ces mornes perspectives: les communes ou les collectivités territoriales pourront désormais ouvrir des salles polyvalentes à destination des salariés des entreprises du BTP à l'heure de la pause déjeuner.





LE MONITEUR

La FFB pessimiste pour 2021

Adrien Pouthier avec AFP | le 15/12/2020

Le secteur du bâtiment ne devrait connaître qu'un rebond relatif l'an prochain (+11,3% après une chute de 15% en 2020) dans le sillage de la crise du coronavirus selon la fédération qui craint notamment une chute de la construction de logements et des pertes d'emplois.

C'est encore et toujours l'histoire du verre à moitié vide ou à moitié plein. Si l'on observe d'un oeil optimiste la dernière note de conjoncture de la FFB, détaillée ce mardi 15 décembre par la le président de la FFB, Olivier Salleron, **l'an prochain, l'activité du bâtiment devrait bondir de 11,3%.**

Oui mais, pointeront les pessimistes, **cette hausse ne suffira pas à rattraper une chute de 15% cette année**, marquée par la crise sanitaire et plusieurs épisodes de confinement.

"Nous allons assister à un repli sur l'emploi (avec) 50.000 postes qui seraient en danger" l'an prochain, a averti Olivier Salleron, lors d'une conférence de presse.

Pour l'heure, la FFB fait état de **10 000 emplois en moins en 2020, essentiellement à cause d'une chute dans l'intérim.**

Le poids d'une construction neuve atone

"Mais le bâtiment a peu souffert du reconfinement en fin d'année, car ses chantiers ont pu continuer contrairement au premier confinement", noteront les optimistes.

Oui mais malgré la reprise des chantiers, **le rattrapage ne sera pas total, selon la FFB, qui craint surtout une déprime durable de la construction de logements.**

Dans ce secteur, **"le rebond n'arrivera absolument pas (...) à rattraper les années 2018-2019"**, a prévenu Olivier Salleron. **"C'est une catastrophe qui s'annonce"**, juge-t-il, annonçant **"une crise historique du marché en 2021"** et, en conséquence, un manque de logements en France.

Les facteurs sont bien connus : baisse marquée des permis octroyés par les élus locaux depuis plus d'un an, durcissement des conditions d'emprunt immobilier, complications dues à la RE 2020. "La combinaison (de ces éléments) va entraîner des surcoûts" explique Olivier Salleron. Et ce même si la prorogation de plusieurs aides à l'achat d'un logement, dont le prêt à taux zéro (PTZ) et le dispositif Pinel ont été obtenues, n'en déplaie aux optimistes.

Enfin, même si "le gouvernement a mis le paquet" dans la rénovation énergétique, comme l'a admis le président de la FFB, et que cela devrait permettre aux activités de rénovation de retrouver leur niveau d'avant-crise, cela ne suffira pas à porter tout le secteur, conclut la Fédération.

Pessimisme quand tu nous tiens...



L'USINE NOUVELLE Suite au premier confinement, les grands groupes français du BTP à la peine



PUBLIÉ LE 30/11/2020 / [HTTPS://WWW.USINENUELLE.COM/EDITORIAL/SUITE-AU-PREMIER-CONFINEMENT-LES-GRANDS-GROUPES-FRANCAIS-DU-BTP-A-LA-PEINE.N1033709#X](https://www.usinenouvelle.com/editorial/suite-au-premier-confinement-les-grands-groupes-francais-du-btp-a-la-peine.N1033709#X)

Lors du premier confinement, Vinci, Bouygues, Eiffage et Spie ont davantage souffert que leurs concurrents européens. Les activités de concessions et de promotion immobilière y ont été plus affectées.

L'activité des grandes entreprises françaises du BTP a souffert au premier semestre.

Le deuxième confinement devrait être moins problématique, pour les professionnels du bâtiment, que le premier. Une période qui a laissé des traces. Les géants français du BTP ont été davantage pénalisés, lors du premier confinement, que leurs concurrents du reste de l'Europe, estime Mazars.

Au premier semestre 2020, l'activité de ces entreprises (Vinci, Bouygues, Eiffage, Spie selon le pointage du cabinet d'audit) a reculé de 14% par rapport au premier semestre 2019 et le taux de marge opérationnel de 5,1 points, contre des baisses respectives de 8,5 % et de 2 points pour la moyenne des seize entreprises européennes analysées. Entre le 31 décembre 2019 et le 30 juin 2020, la baisse moyenne des capitalisations boursières des quatre majors françaises a dévissé de 20,5 %.

"Par rapport aux autres majors européennes, les majors françaises, tout comme leurs homologues italiennes, enregistrent les plus fortes baisses d'activité parmi les groupes du panel, en raison de mesures de confinement plus fortes et de l'arrêt quasi-total des activités non essentielles dans leur pays d'origine respectif.

Par ailleurs, le report des élections municipales en France explique aussi le ralentissement de l'activité des groupes français sur le premier semestre, pour certaines de leurs activités", commentent les auteurs de l'étude. Les arrêts de chantiers ont été plus nombreux et plus longs que dans d'autres pays.

Les concessions à la peine

Par segments, l'activité des majors françaises a principalement perdu du terrain sur les concessions (-26,2% au premier semestre 2020), l'immobilier (-21,3%) et l'activité bâtiment et travaux publics (-19,1 %). Les activités routes et énergie-services ont respectivement chuté de 14,3 % et de 10,4 %. Le secteur énergie-services a été le moins touché par la crise, aidé par les interventions dans certains secteurs comme la santé, les infrastructures électriques ou les télécommunications. La chute des trafics autoroutier et aérien a en revanche pénalisé les activités d'exploitation.

Dans ce contexte difficile, l'ensemble des majors françaises ont émis des communications sur une baisse de la rémunération de leurs dirigeants, et ont eu recours à des financements supplémentaires. *"En Europe, la relance "verte" devrait bénéficier aux activités traditionnelles du BTP, et aux divisions énergies et services dont la rentabilité dégagée sur le premier semestre reste positive et démontre une réelle résilience de ce modèle économique",* estime Mazars, qui ne voit pas, en revanche, d'amélioration rapide sur les activités de concessions.

Mondial du Bâtiment : retour à Paris en 2022

<https://www.lemoniteur.fr/article/mondial-du-batiment-retour-a-paris-en-2022.2113589#>

Pour répondre aux demandes des professionnels du bâtiment, de la construction et de l'architecture, Reed Expositions, l'Afisb et Uniclimate ont décidé de réinventer les salons Batimat, Idéobain et Interclima dont la prochaine édition se tiendra pendant 4 jours, du 3 au 6 octobre 2022, à Paris Expo Porte de Versailles.

Allez, osons le mot : enfin ! Enfin, le Mondial du Bâtiment (Batimat, Idéobain, Interclima) fait son retour à Paris, porte de Versailles.

L'organisateur Reed Expositions en a fait l'annonce mardi 3 novembre. Et promet un "événement plus convivial et à proximité du centre de Paris et de son offre de tourisme d'affaires".

Ce retour sur le site historique du salon a été rendu possible grâce à un travail en collaboration avec Viparis, propriétaire de Paris Expo Porte de Versailles. **Parmi les conditions pour ce retour à Paris figurait une modification de la date de l'événement.**

L'édition 2021 est ainsi reportée à l'automne 2022 - du 3 au 6 octobre - "ce qui devrait également minimiser les risques de décalages successifs en cas de prolongation de la pandémie actuelle, et faciliter la présence des exposants et visiteurs internationaux", justifie Reed Expositions.

Les trois salons se tiendront dorénavant tous les deux ans au mois d'octobre en année paire, en alternance avec Équipaie-Métaexpo, les années impaires (voir encadré).

"Complètement repensé sur le format d'exposition, en phase avec les grands enjeux, augmenté dans le temps grâce au digital, le Mondial du Bâtiment réunira le meilleur du salon et du virtuel », a annoncé Guillaume Loizeaud, directeur de Batimat.

Efficacité et sobriété

En 2022, les salons Batimat, Idéobain et Interclima occuperont les espaces du Hall 1 au Hall 6, représentant une surface d'exposition de plus de 136 000 m².

Une surface inférieure à celle disponible au Parc de Paris Nord Villepinte qui demandera donc **des aménagements de l'offre et de la logistique de l'événement.**

Une nouvelle offre d'exposition, **organisée autour de modules standards et de tailles de stand limitées et une organisation logistique optimisée permettant de réduire les temps de montage/démontage** et de fluidifier les flux autour de la Porte de Versailles devraient "apporter de multiples avantages aux exposants : choix de l'emplacement dès l'inscription, augmentation significative du retour sur investissement (ROI) par une réduction des coûts d'exposition et du passage à 4 jours pour tous les salons", promet Reed Expositions.

D'autre part, le salon s'inscrira dans une démarche RSE, dans le cadre de la feuille de route que s'est donné Reed Expositions France.

Ainsi le Mondial du Bâtiment sera le premier grand salon du secteur à mettre en oeuvre une **politique et des actions d'envergure pour la réduction de ses impacts : réduction et revalorisation des déchets, politique d'achats responsables, écoconception, restauration responsable....**

Physique et virtuel

Les 4 jours de salon physique seront complétés par des outils digitaux destinés à augmenter le nombre de contacts et la notoriété des marques des exposants sur une période élargie.

Disponible dès la signature de participation au salon physique, un mix de solutions digitales sera proposé : des contenus multiformes disponibles sur les **blogs** (livres blancs, articles, nouveautés produits...), des **tables rondes en live et en replay**, des **émissions et podcasts sur Batiradio**, des moments interactifs avec des **webinars et des conversations en ligne**.

La feuille de route détaillée du salon sera présentée début 2021.

Décalé en raison de la pandémie, le salon Équipbaie-Métalexpo, tiendra sa prochaine édition du 21 au 24 septembre 2021 à Paris Porte de Versailles – Hall 1.

Fruit du dialogue constant avec les 6 syndicats partenaires (Groupement ACTIBAIE, FFPV, SNFA, UFME, UMB et Union des Métalliers), cette date a été choisie collectivement afin de répondre plus que jamais à l'objectif d'être le rendez-vous incontournable des professionnels de la menuiserie et de la métallerie. Elle en fera également le 1er salon de la reprise pour le secteur de la menuiserie.

Le salon sera désormais programmé en octobre tous les deux ans, les années impaires, en alternance avec le Mondial du Bâtiment.

En amont du salon, les organisateurs du salon ont créé Équipbaie-Métalexpo Digital, une plateforme d'information et d'échanges lancée dès novembre 2020. Accessible en continu, rythmée par des rendez-vous mensuels, elle a pour objectif de fidéliser et d'amener la communauté des menuisiers et métalliers à se retrouver sur le salon en septembre 2021.

Elle propose aux professionnels, en avant-première et en digital, de découvrir des vidéos de démonstration produits, des vidéos d'experts, des nouveaux produits et services, et des webinars proposés par les exposants du salon, dont une trentaine sont d'ores et déjà engagés sur ce nouvel outil. Autre initiative digitale, les exposants du salon sont également présents dans le tout nouvel annuaire des fournisseurs du Blog, qui vient compléter le site internet du salon.



PUBLIÉ LE 30/11/2020 /

[HTTPS://WWW.USINENOUVELLE.COM/EDITORIAL/DOSSIER-LES-50-PIONNIERS-FRANCAIS-DE-L-HYDROGENE.N1034204#](https://www.usinenouvelle.com/editorial/dossier-les-50-pionniers-francais-de-l-hydrogene.N1034204#)

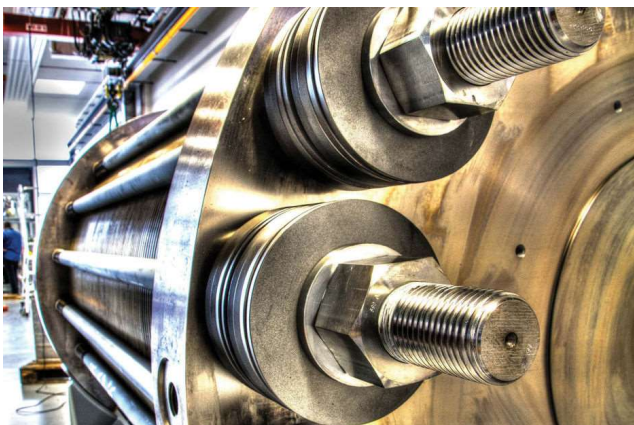
DOSSIER Pour développer une filière industrielle compétitive, la France fait le pari de l'hydrogène par électrolyse. Portraits de cinquante entreprises innovantes. Notre dossier.



La France innove et développe de premiers usages de l'hydrogène vert. Une filière est en marche.

Dénicher des financements, intégrer les solutions innovantes et trouver des clients industriels sont les premiers défis des producteurs pionniers de l'hydrogène par électrolyse en France. Découvrez leurs portraits.

Les équipementiers



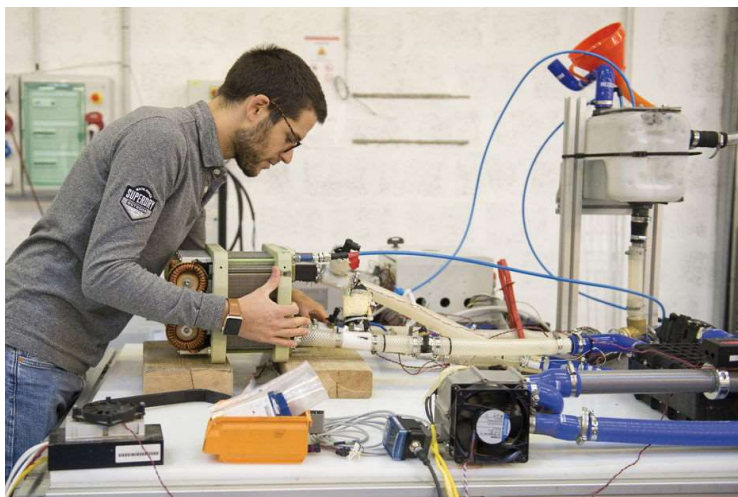
Alcalin, pile à hydrogène PEM, haute température ou réversible, à chaque usage son électrolyseur. Reste à les assembler, en France, en série, sans oublier d'explorer d'autres voies électrochimiques. Notre dossier.

Les champions du transport, du stockage et de la distribution



Corrosif, explosif, sous pression, liquide à - 253 °C... L'hydrogène nécessite des infrastructures ad hoc pour le stocker, l'acheminer et le distribuer à la demande au plus près des usages. Découvrez neuf portraits de pionniers français.

Les pionniers des usages



Réservoirs, piles à combustible, micro-grid, station d'avitaillement terrestre ou flottante, détendeurs... Les équipementiers français développent l'offre, mais doivent encore se fournir à l'étranger pour certains composants de base. Présentation de ces pépites.

Les constructeurs de véhicules



Trains, bus, camions, utilitaires, navires et même avions... La logistique et le transport de marchandises et de personnes ont besoin de l'hydrogène pour réduire durablement leurs émissions. Les grands constructeurs investissent. On vous les présente.

Les inventeurs et innovateurs



Transport, stockage, ravitaillement au plus proche des usages, industrialisation de démonstrateur... Laboratoires publics, start-up mais aussi grands groupes innoveront à tous les niveaux de la filière

