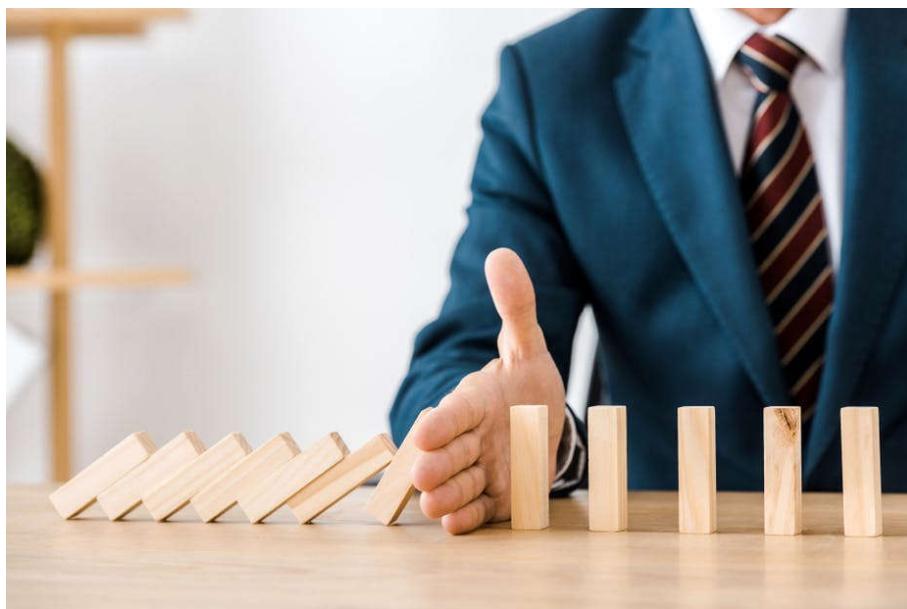


Quelle est la trajectoire la plus plausible pour la reprise ?

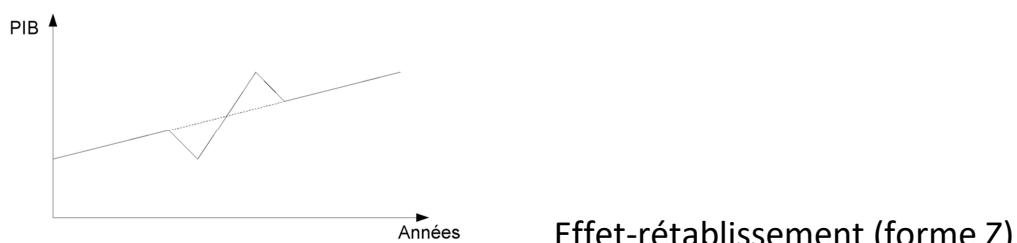


<https://theconversation.com/quelle-est-la-trajectoire-la-plus-plausible-pour-la-reprise-139806>

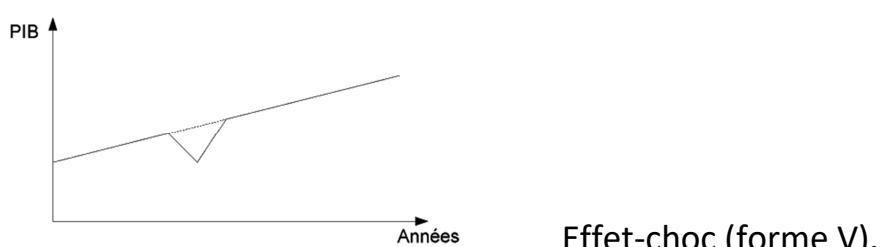
3 juin 2020 - Bernard Guilhon Professeur de sciences économiques, SKEMA Business School

Au regard des statistiques, les scenarios de rétablissement « en Z » ou de reprise rapide « en V » restent peu crédibles. Le déconfinement permet le redémarrage progressif de l'activité et plusieurs scénarios de croissance sont désormais possibles ces prochains mois. Pour savoir lequel a le plus de chances de se produire, il faut prendre en compte à la fois la cessation de l'activité et les profondes modifications que cela entraîne.

Dans le premier, la production rebondit rapidement dans la forme Z pour rattraper la baisse de la production avant de retrouver la tendance antérieure. Les pertes de production sont compensées par une surutilisation des capacités de production.



Dans la forme V, une fois le point bas atteint, la reprise est rapide parce qu'il n'y a pas d'asymétrie à la hausse et à la baisse des variables économiques. Les agents économiques engagent les dépenses qui ont été ajournées.



Toutefois, ces deux formes relativement optimistes sont démenties par les statistiques et les experts.

Selon les [données](#) de l'Observatoire français des conjonctures économiques (OFCE), le taux d'utilisation des capacités de production était déjà plus élevé que la moyenne de long terme avant la pandémie, ce qui vient contredire le scénario en Z.

Par ailleurs, selon l'[économiste Patrick Artus](#), nous devons nous attendre pour la France et pour l'Europe, à une contraction des revenus, de la consommation et de l'investissement.

De plus, dans une [interview](#) donnée à France Info, l'économiste Jean Pisani-Ferry évoquait en outre une situation de l'emploi catastrophique notamment aux États-Unis, pays qui joue un rôle de premier plan dans l'économie mondiale et qui compte à ce jour environ 30 millions de nouvelles inscriptions au chômage.

À cela doit s'ajouter la contraction brutale de toute l'industrie pétrolière (pétrole et gaz de schiste) qui a besoin d'un prix de baril à 46 dollars pour couvrir ses coûts alors que le [prix du brut](#) est actuellement inférieur.

Ainsi, tous ces éléments rendent peu probables les scénarios de rétablissement ou de reprise rapide.

Une reprise L+

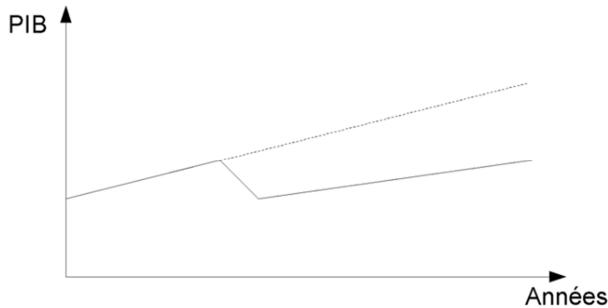
En présence d'un effet-marché (effet L), le confinement provoque la contraction du produit intérieur brut (PIB). Le niveau de la production dont le taux de croissance reste identique se trouve affecté. L'effet-structurel impacte durablement le rythme des investissements ce qui modifie simultanément le niveau et le taux de croissance de la production.

Il n'y a pas eu de destruction du capital physique durant la pandémie. En revanche, les coûts d'un capital oisif sont accrus : entretien des machines et des chaînes de montage, mesures de cybersécurité pour les processus hyper connectés, etc. Dans l'aéronautique, un arrêt de un à trois mois nécessite environ [150 heures](#) de travail de maintenance par avion.

À cela s'ajoutent les coûts de réorganisation des postes de travail liés aux normes de distanciation et de désinfection des locaux (dans l'automobile, nettoyage des chaînes de montage toutes les 8 heures lorsque la production redémarre).

En France, les prévisions font état d'un ralentissement de la [productivité horaire du travail](#) de 10 à 15 % dans l'industrie, la construction, la distribution et la restauration.

La forme L+ est donc la plus plausible.



Effet-structurel (forme L+).



Le problème de l'Europe est celui de la modernisation d'un stock de capital âgé qui peut freiner la reprise et qui exige des investissements massifs dans les technologies numériques.

L'innovation procède sous forme de poussées qui se manifestent durant les périodes de récession, le coût du travail augmentant relativement lorsque le chiffre d'affaires se contracte. La pandémie est une situation évolutive que l'entreprise sera tentée d'aborder, quand elle en a les capacités, en automatisant les tâches routinières, c'est-à-dire en substituant des robots à du travail peu qualifié.

Gaspillage de capital humain

A l'échelle macroéconomique, les récessions provoquent des changements structurels sur le marché du travail et la demande de qualifications.

En France, [plus d'une entreprise sur cinq](#) estime qu'elle sera contrainte de licencier dans les prochains mois. La probabilité d'un effet structurel (L+) s'accroît : faillites et réduction de l'emploi conduisent à une réduction du revenu des ménages qui réduira le taux de croissance.

Le chômage a pour effet d'abaisser la qualification du capital humain en provoquant l'érosion des connaissances des salariés. C'est le mécanisme de « désapprentissage en ne faisant pas ».

La période d'arrêt correspond aussi à un relâchement des liens avec l'entreprise. Dans les pays à fortes pulsations sur le marché du travail, les compétences spécifiques que le salarié a acquises perdent de la valeur lorsque l'entreprise qui les utilise cesse ses activités.

Le gaspillage de capital humain peut être atténué lorsque le salarié est embauché par une autre entreprise, tout en sachant que l'adaptation à un nouvel emploi prendra du temps. Le risque de gaspillage est plus atténué en Europe dans la mesure où les politiques publiques protègent les liens entre employeurs et salariés (indemnisation du chômage partiel, plans de formation, etc.).

Aux États-Unis, pancarte détournant la figure de l'oncle Sam et demandant au gouverneur de la Floride de régler les problèmes du système d'assurance chômage. [Joe Raedle/AFP](#)

Malgré cela, la vague d'automatisation risque de s'étendre et la question est de savoir comment préserver et améliorer les compétences : en favorisant la création de nouveaux types d'emploi ou la transformation et l'élimination des anciens emplois ?

Une accélération de la déglobalisation

La pandémie a des répercussions externes portant notamment sur la réorganisation des chaînes de valeur en accélérant la tendance à la déglobalisation.

Les technologies de l'information et de la communication ainsi que le déploiement d'Internet avaient permis une forte diminution du coût de transfert des connaissances et la création de chaînes de valeur globales. Aujourd'hui, les technologies permettent toujours de comprimer les distances, mais elles peuvent aussi faciliter les relocalisations d'activités.



Le mouvement est perceptible depuis quelques années et, en 2019, la [croissance du commerce mondial](#) (+1,2 %) fut nettement inférieure à celle du [PIB mondial](#) (+2,9 %). La Chine a réorganisé ses filières de production, les [exportations ont baissé](#) de plus de 32 % du PIB en 2006 à moins de 20 % en 2018.

Le ratio des exportations mondiales au PIB mondial est passé de 61,1 % en 2008 à 53,5 % en 2017, et le mouvement qualifié de « slowbalisation » s'accélère depuis, avec le [retrait américain](#) du partenariat transpacifique et les politiques protectionnistes vis-à-vis de la Chine et de l'Europe.

La pandémie renforce ce mouvement en poussant à la relocalisation de la production d'équipements médicaux, de matériels de protection et de médicaments. Les attitudes culturelles se modifient.

Une [préférence plus forte](#) pourrait être accordée au local et aux circuits courts par rapport aux produits et services dits globaux. Une moindre dépendance externe devient synonyme d'une sécurité accrue, notamment dans les secteurs stratégiques.

Une recomposition devrait se produire inévitablement à une échelle inférieure, celle des grandes régions qui sont l'Asie-Pacifique, la zone Canada/États-Unis/Mexique et la zone européenne.

Les deux premières régions connaissent des taux de croissance supérieurs à ceux de l'Europe. Dans ce contexte, les multinationales européennes qui relocalisent les chaînes de valeur dans cet espace seront contraintes de chercher des ferments de croissance à l'extérieur, notamment dans les industries telles que l'automobile, l'aéronautique, etc.

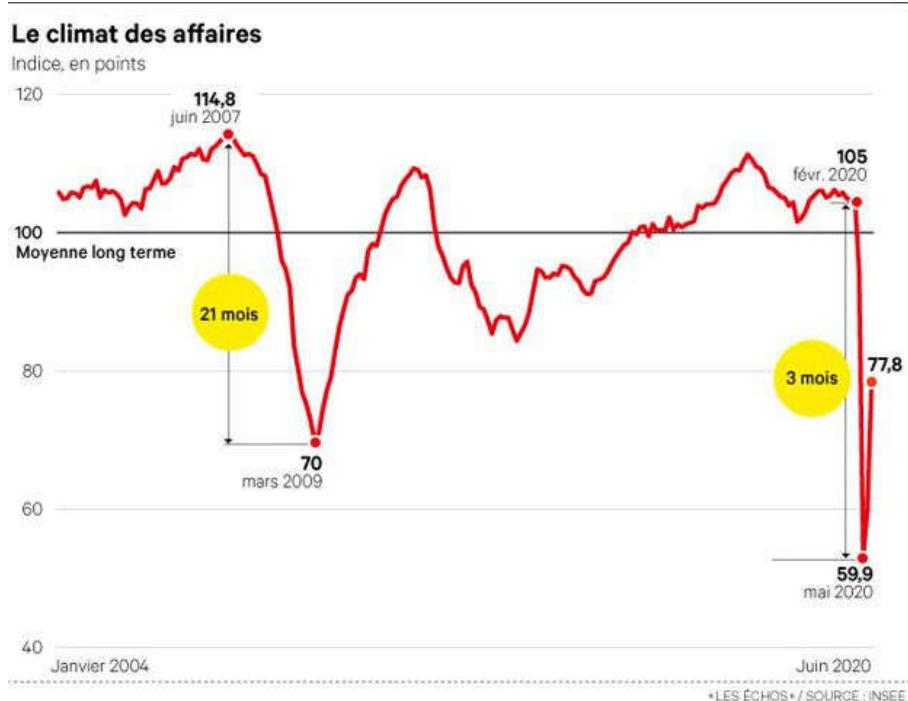
L'intégration mondiale devrait ainsi se contracter sans toutefois s'annuler.

Si la mondialisation a produit des effets négatifs sur les tissus industriels, les entreprises et les emplois, elle pourrait en outre constituer, sous l'influence de la pandémie, un moyen de redéfinir à l'échelle de la planète des normes productives, sanitaires et environnementales.



Les Echos

Les chiffres ne mentent pas, ils se trompent



<https://www.lesechos.fr/idees-debats/editos-analyses/les-chiffres-ne-mentent-pas-ils-trompent-1218192>

Par Dominique Seux Publié le 24 juin 2020

La reprise est un peu plus rapide que prévu. C'est vrai. Mais le niveau est aussi important que le mouvement, et on est encore loin d'un retour à la normale. Ni V, ni L, ni U, le scénario qui se dessine est celui d'un « U évasé »...

« *Il y a trois sortes de mensonge : le mensonge, le gros mensonge et les statistiques* », selon la formule prêtée à Mark Twain. De l'URSS autrefois à la Chine aujourd'hui, de la Grèce à l'Argentine, le truquage gros ou pas des chiffres a toujours été un moyen facile de falsifier la vérité. « *Les faits sont têtus, il est plus facile de s'arranger avec les statistiques* », complétait Twain. Mais la vérité oblige à dire, justement, que le mensonge est une façon triviale de détourner les statistiques. Il y en a une autre : la paresse.

Une lecture trop rapide des données publiées en ce moment par les organismes publics et privés de statistiques invite en effet à s'émerveiller devant l'ampleur du rebond de la conjoncture. Après presque deux mois de confinement, l'activité et le moral des acteurs économiques repartent rapidement à la hausse partout et dans la plupart des secteurs. Bonne nouvelle. Sauf que hélas trois fois hélas, c'est confondre mouvement et niveau. Ce qui compte pour les revenus et l'emploi, c'est le point de départ.



Illustration ce mercredi avec le climat des affaires (Insee). Le moral des chefs d'entreprise, calculé à partir de 10.000 questionnaires, montre une hausse de 18 points en juin / mai. Mais il faut regarder le niveau où il se trouve (77 par rapport à la moyenne de long terme de 100) et l'ampleur de la chute antérieure : 30 points en deux mois.

En mars-avril, la brutalité du choc a fait croire que toute la France était arrêtée ; c'était faux. Le rebond actuel fait croire à un retour rapide à la normale ; c'est tout aussi erroné.

Ce point, le graphique l'illustre clairement : il montre le reste du chemin à remonter.

Mais il dit aussi une autre chose, plus encourageante. L'indicateur de moral est déjà repassé au-dessus du point le plus bas qu'il avait atteint au printemps 2009, lors de la crise financière. La descente aux Enfers a été cette fois beaucoup plus rapide, la remontée le sera aussi. C'est logique puisque le choc n'est pas du tout de même nature, l'économie en a été la victime, pas la cause.

Quelle conclusion peut-on tirer des presque 50 jours qui se sont écoulés depuis le déconfinement, le 11 mai ? Elles sont relativement claires et solides.

Un : le scénario d'une absence de reprise peut être écarté (le scénario dit du L). Le rebond est bel et bien là.

Deux : celui d'une reprise en V, extrêmement rapide, n'est pas le bon non plus, la remontée est plus lente que la descente et il n'y a pas de « rattrapage », avec ce que l'on peut appeler des doubles dépenses pour compenser celles qui n'ont pas été faites pendant deux mois. Un mois et demi après le déconfinement, les économies restent très en-deçà de leur niveau d'avant-crise.

Trois : c'est donc un U évasé*, avec la jambe droite plus aplatie, qui se dessine, avec un rendez-vous après l'été.

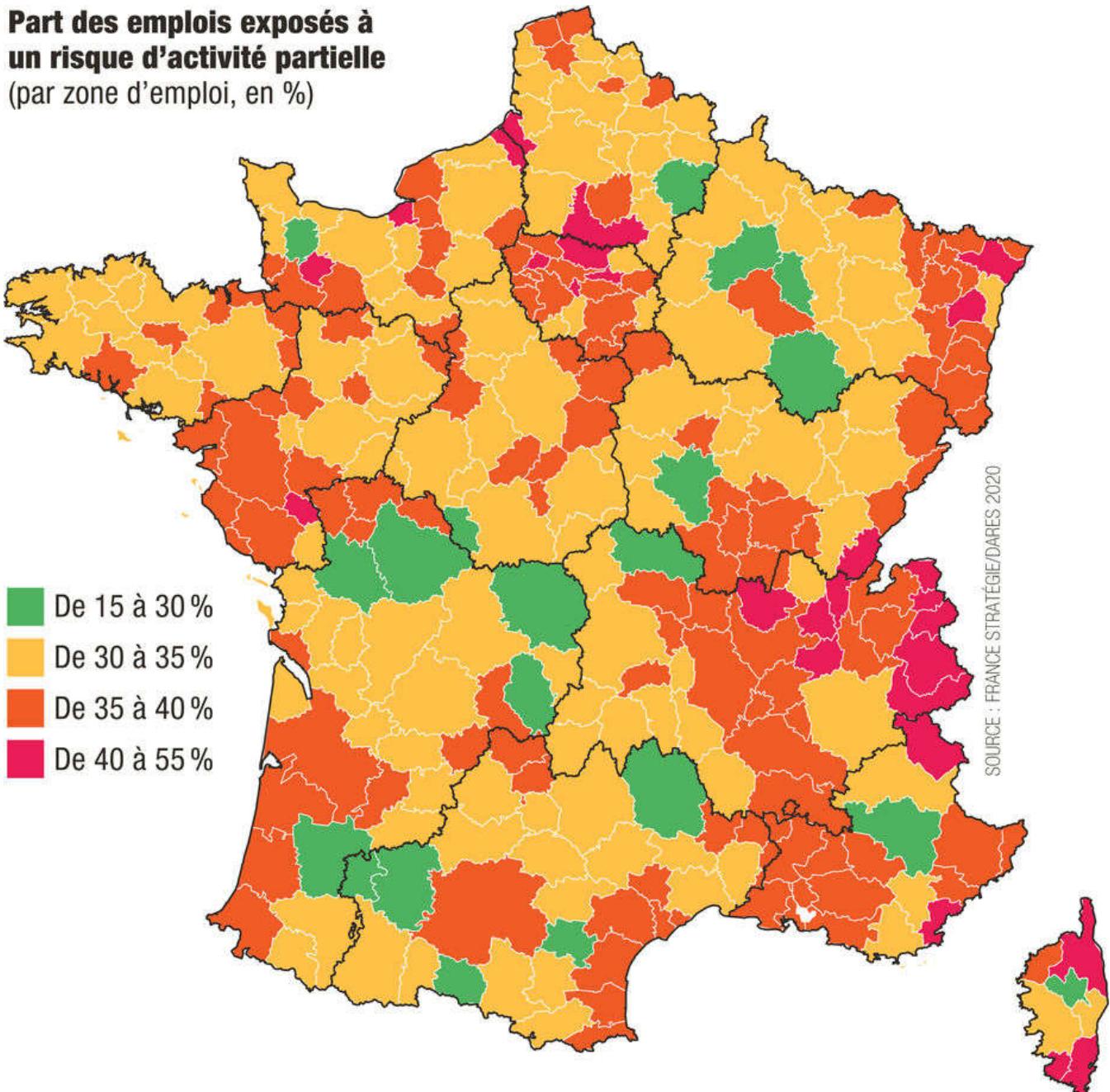
Quatre : la crainte est de toute évidence celle d'un scénario en W, avec une rechute en cas de retour de la pandémie notamment en Europe.

**Impossible à trouver sur un clavier d'ordinateur !*



La carte de France des territoires industriels les plus à l'arrêt durant la crise du Covid-19

Part des emplois exposés à un risque d'activité partielle
(par zone d'emploi, en %)



<https://www.usinenouvelle.com/editorial/la-carte-de-france-des-territoires-industriels-les-plus-a-l-arret-durant-la-crise-du-covid-19.N975256>

le 17/06/2020

L'arrêt de l'activité durant la crise du Covid-19 n'a pas touché tous les territoires de la même façon. Les plus affectés en termes de production sont ceux où la concentration des secteurs recourant à l'activité partielle est la plus forte, selon l'indice mis au point par France Stratégie. Découvrez-les dans cette carte de France.

L'arrêt de l'activité durant la crise du Covid-19 a plombé en priorité les territoires où la concentration des secteurs recourant à l'activité partielle est la plus forte. France Stratégie a calculé un indice de vulnérabilité de chaque zone d'emploi en croisant la part de chaque secteur dans l'emploi local et le taux d'activité partielle de ces secteurs.

Les zones très industrielles comme celles de Haguenau, Molsheim, Saverne, dans le Grand Est, et de Saint-Nazaire et Les Herbiers, dans les Pays de la Loire, ont ainsi montré un risque élevé de perte d'activité durant le confinement. Les zones littorales (Fréjus, Bastia, Honfleur) et montagnardes (Mont-Blanc, Tarentaise) ont, elles, été fragilisées par l'arrêt brutal du tourisme. À l'inverse, les territoires où l'emploi public est important (Verdun, Guéret, Cahors, Tulle, Aurillac...) ont échappé au choc sur l'emploi privé, tout comme les régions agricoles.

Les territoires industriels sont également les plus exposés à la perte d'emplois. Dans une étude précédente, France Stratégie avait identifié les métiers fragiles, économiquement, face à la crise du coronavirus : ceux où le télétravail est impossible, non prioritaires pendant le confinement, qui recourent à des contrats précaires... *"Selon l'indice du risque lié à la perte d'emploi, ce sont les emplois de l'industrie qui montrent la plus forte vulnérabilité à la crise, avant ceux de l'hébergement et de la restauration, notamment parce qu'ils dépendent des chaînes de valeurs internationales et ne peuvent pas être exercés en télétravail"*, explique Coline Bouvart, chargée d'études à France Stratégie. Ils se concentrent dans l'Est et en Bourgogne-Franche-Comté, en raison de la forte présence de l'automobile, et dans les Pays de la Loire.

France Stratégie a également mesuré le rebond économique de début juin. *"Il est d'autant plus fort que la zone a été fortement touchée, mais cela ne suffit pas à compenser les pertes d'activité du confinement"*, analyse Coline Bouvart. Des zones industrielles comme celles de Haguenau, des Herbiers et de la vallée de la Bresle, à cheval sur la Normandie et les Hauts-de-France, ont par exemple connu un très fort rebond, supérieur à celui des zones touristiques.



Emplois, régions, chiffre d'affaires, métiers... On a décortiqué la filière aéronautique en France

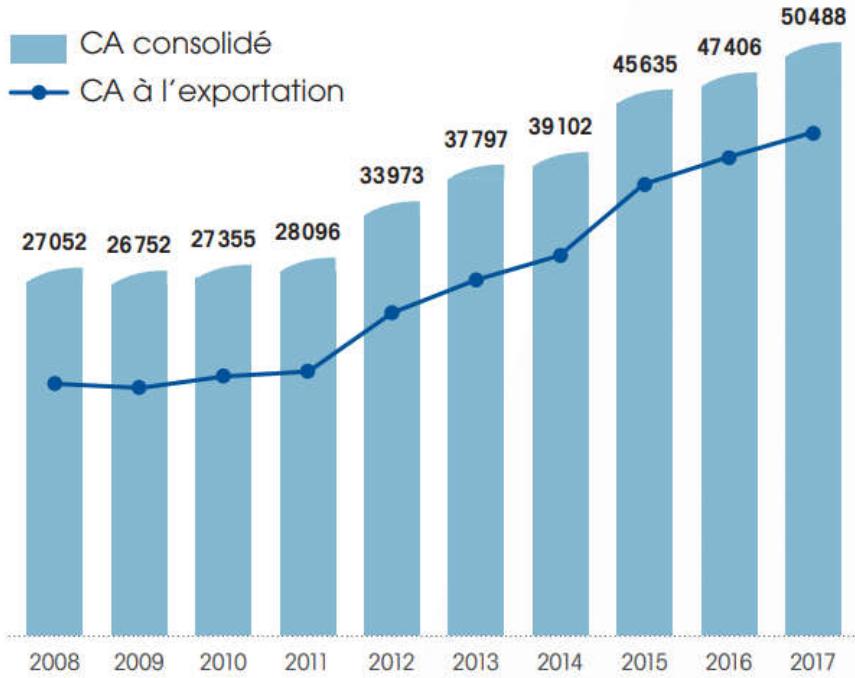
Publié le 08/06/2020



<https://www.usinenouvelle.com/article/emplois-regions-chiffre-d-affaires-metiers-on-a-decortique-la-filiere-aeronautique-en-france.N971021>

Jusqu'en 2018, la filière aéronautique et spatiale française affichait une croissance continue, s'appuyant notamment sur la solidité de ses exportations. Alors que le plan de relance gouvernemental est attendu cette semaine, l'Usine Nouvelle dresse un bilan du secteur avant que la crise sanitaire ne le frappe de plein fouet.

ÉVOLUTION DES CHIFFRES D'AFFAIRES AÉRONAUTIQUES ET SPATIAUX CONSOLIDÉS ET À L'EXPORTATION (EN M€ COURANTS)



La filière aéronautique et spatial française pouvait s'appuyer sur de bons résultats, avant la crise du Covid-19. L'épidémie de coronavirus l'a heurtée de plein fouet, alors qu'elle n'avait jamais atteint de tels sommets. Avec un chiffre d'affaires consolidé de 51,5 milliards d'euros en 2018, la filière aéronautique et spatiale française affichait des résultats en hausse pour la dixième année consécutive, selon les chiffres de Groupement des Industries Françaises Aéronautiques et Spatiales (GIFAS).

Malgré un ralentissement des commandes entre 2017 et 2018, le secteur pouvait s'appuyer sur de solides résultats à l'international, représentant 85% de son chiffre d'affaires total.

Un chiffre d'affaires en hausse continue depuis dix ans

Les revenus de la filière aéronautique et spatiale n'ont cessé d'augmenter depuis 2008. En dix ans, ils ont bondi de 89%. En 2018, le chiffre d'affaires consolidé de l'industrie aéronautique et spatiale établissait un nouveau record à 51,5 milliards d'euros, en hausse de 2% par rapport à 2017. De 2011 à 2017, le secteur a connu sa plus forte augmentation, passant de 28,1 à 50,5 milliards d'euros de chiffre d'affaires.

Si le chiffre d'affaires de l'industrie spatiale a connu un léger repli, entre 2017 et 2018, pour la deuxième année consécutive, s'établissant à 7,6 milliards d'euros contre 7,9 milliards en 2017 (-4,12%), celui de l'aéronautique civile – source principale de revenus pour la filière (77%) – a augmenté de 3,26%. Le pan militaire, qui représente 23% du chiffre d'affaires global, a lui aussi connu un retrait, à -7,14%.

L'exportation, un pilier de la filière de l'industrie aéronautique

En 2018, le secteur était pour la septième année consécutive le premier contributeur au solde positif du commerce extérieur de la France. Avec 44 milliards d'euros, le chiffre d'affaires des livraisons réalisées à l'international représentait 85% du chiffre d'affaires global (51,5 milliards d'euros) de la filière en 2018. Un chiffre stable par rapport à 2017 (43,3 milliards d'euros de livraison pour un chiffre d'affaires de 50,5 milliards). Le secteur pouvait ainsi se vanter d'une balance commerciale positive depuis dix ans. En 2018, celle-ci s'établissait à 34,1 milliards d'euros, en léger repli par rapport à 2017 (34,7 milliards d'euros), mais multipliée par deux depuis 2008 (17,9 milliards d'euros).

BALANCE COMMERCIALE DE LA PROFESSION (EN M€)

	2009	2010	2011	2012	2013
Livraisons export	22 080	23 162	23 446	28 352	31 032
Importations des constructeurs	4 073	3 775	4 618	5 174	7 286
Solde industrie	18 007	19 387	18 828	23 178	23 746

	2014	2015	2016	2017	2018*
Livraisons export	33 156	39 478	41 726	44 045	44 004
Importations des constructeurs	7 442	8 219	9 514	9 340	9 899
Solde industrie	25 714	31 259	32 212	34 705	34 105

En 2018, le volume des commandes représentait 58,2 milliards d'euros, un chiffre en net repli (-17%) par rapport à 2017 (68,3 milliards d'euros), et ce, pour la troisième année consécutive (en 2015, la France enregistrait un volume de commandes record à 79,8 milliards d'euros). Une baisse qui a touché les commandes d'appareils civils (-28%) et les exportations (-46%) entre 2017 et 2018, tandis que les commandes d'appareils militaires ont crû de 33% et le marché national de 27%.

En 2018, 72% des commandes concernaient l'aéronautique civile et 28% le secteur militaire (respectivement 84% et 16% en 2017). Enfin, l'Europe et l'Amérique du Nord ont concentré à elles seules 52,7% des commandes mondiales de l'industrie aéronautique française.

Pas de retour à la normale avant 2024 pour les ventes de voitures neuves le 17/06/2020



http://www.journalauto.com/lja/article.view/34072/lja/1/Pas%20de%20retour%20%C3%A0%20la%20normale%20avant%202024%20pour%20les%20ventes%20de%20voitures%20neuves?actId=ebwp0YMB8s1ZLzyWfwrlo9UcvuQDVN7a57ET3fWtrS_zllmXoUX3byUyKmOTNJ-9&actCampaignType=MAIL&actSource=3686

Dans une récente étude sur les impacts de la pandémie de coronavirus, le cabinet Roland Berger n'envisage pas de retour à un rythme normal des ventes de voitures neuves avant 2024.

Avec une baisse de 50 % en moyenne de l'activité au premier semestre 2020, la pandémie du Covid-19 va profondément et durablement modifier la situation économique de nombreux secteurs d'activité. Le cabinet Roland Berger vient de faire paraître une nouvelle étude sur les impacts liés à cette crise sur 7 secteurs économiques majeurs en Europe, dont l'environnement automobile.

Cette analyse aboutit à la conclusion que le marché du véhicule neuf ne devrait pas retrouver un niveau d'activité similaire à celui de 2019 avant 2024. Quatre années seraient donc nécessaires avant que les industriels ne puissent s'adapter aux nouveaux modes de consommation induits par les crises sanitaire et économique.

"Certaines leçons peuvent être tirées des crises passées. Après la crise de 2008/09, les plans indifférenciés de relance de la demande ont montré leurs limites en matière de création de valeur durable. Les pays européens doivent se concentrer sur les secteurs porteurs ainsi que sur des mesures en faveur de l'offre (protectionnisme ciblé, soutien à l'automatisation, partenariats paneuropéens, etc.) pour garantir la compétitivité de la zone euro tout en permettant la transformation des actifs de production afin de répondre aux enjeux de la nouvelle normalité", explique le cabinet dans son étude.

Trois scénarios ont été développés par Roland Berger (optimiste, pessimiste et pivot). Ce dernier est privilégié et prévoit une crise qui va redéfinir le poids des différents secteurs dans la production brute totale. Dans ce scénario, les secteurs liés à la mobilité, dont l'automobile, sont les plus touchés.

Dès cette année, les prévisions de voitures neuves envisagent des baisses de marché compris entre -25 et -40%. Mais il faudra attendre 48 mois afin de récupérer le niveau de revenus de 2019. *"Cette chute brutale et ce long délai de récupération s'explique par le fait d'un marché de l'occasion important"*, précise le cabinet dans son étude. En revanche, le délai de récupération sera sans doute plus rapide pour la clientèle BtoB que celle des particuliers. *"Des effets durables sont attendus sur un secteur européen historiquement vulnérable et en raison d'un pouvoir d'achat des ménages durablement affaibli. Le transfert de la demande vers des voitures moins chères au détriment des segments C et D est envisagé"*, indique le cabinet. Le choc devrait cependant être différencié entre les voitures particulières et les véhicules commerciaux dont le besoin sera persistant malgré la crise.

Le marché du véhicule d'occasion devrait également subir un impact important mais plus atténué que celui du véhicule neuf et surtout avec une reprise attendue vers la fin de l'année 2021. *"Les effets sur ce segment d'activité seront restreints. Les véhicules constituant souvent des biens nécessaires pour la plupart des acheteurs de voitures d'occasion"*, précise Roland Berger dans son étude.

Enfin le marché des pièces de rechange sera, selon le cabinet, le plus rapide à retrouver un niveau d'activité similaire à celui de 2019, notamment à cause de l'impact du confinement et de la réticence des clients à se rendre aussi massivement dans les commerces, mais aussi à cause des transformations attendues avec le développement des commandes et des outils de comparaison en ligne ainsi que des contrats de maintenance.





<http://www.journalauto.com/ja/article.view/34066/ja/4/Trafic%20en%20concession%20:%20tous%20les%20indicateurs%20au%20vert?actId=ebwp0YMB8s1ZLzyWfwrlo9UcvuQDVN7a57ET3fWtrSzllmXoUX3byUyKmOTNJ-9&actCampaignType=MAIL&actSource=3686>

La semaine du 6 au 13 juin 2020 a enregistré le meilleur taux de fréquentation en concession depuis le début de la crise sanitaire.

L'embellie se confirme dans les concessions où Fidcar enregistre un taux de fréquentation en hausse de 79 % au global par rapport au début du mois de mars 2020. La reprise est visible dans tous les services : véhicules neufs, occasion ou après-vente.

Après un week-end portes ouvertes dans les réseaux de distribution, où les clients se sont bousculés dans les showrooms, les chiffres de fréquentation recensés par Fidcar montrent cette fois une réelle reprise de l'activité.

Deux mois après la fin de la période de confinement, l'activité commerciale et le trafic dans les points de vente semble avoir terminé de jouer au yo-yo. Ainsi, pendant la semaine du 8 au 13 juin 2020, les réseaux de distribution ont enregistré une hausse de 79 % de visites en concession toutes activités confondues et une progression de 12 % par rapport à la semaine précédente (du 1er au 6 juin 2020).

Après une semaine d'attentisme, suite à la mise en place de la nouvelle prime à la conversion et du bonus élargi, les clients sont sensibles aux offres mises en place par les constructeurs. Les visites dans les services de véhicules neufs ont progressé de 29 % en une semaine (et de 65 % par rapport à début mars).

Celles dans le commerce VO ont augmenté de 27 % sur la même période et de 66 % au regard de la période avant crise sanitaire. Enfin, le service après-vente bénéficie d'un trafic en hausse de 10 % au regard de la semaine du 1er au 6 juin mais de 81 % par rapport à début mars.

La rentabilité des constructeurs fond comme neige au soleil

le 11/06/2020



<http://www.journalauto.com/lja/article.view/34011/la-rentabilite-des-constructeurs-fond-comme-neige-au-soleil/1/constructeurs>

Comme chaque trimestre, EY s'est penché sur la santé financière des constructeurs. Sans surprise, durant les premiers mois de l'année 2020, tous les indicateurs ont significativement plongé. La rentabilité a atteint un niveau historiquement faible avec 2,1 %.

Chacun le sait, la crise sanitaire est venue plomber l'économique des pays du monde entier. Aucune industrie n'a été épargnée, y compris l'automobile. Mais à quel point ? L'habituel bilan trimestriel réalisé par EY montre l'ampleur de l'impact sur les constructeurs. Comme traditionnellement, quatre indicateurs ont été analysés sur cette période pour les 17 plus grands constructeurs : le volume de vente, le chiffre d'affaires, l'EBIT et enfin la rentabilité. Sans surprise, tous ces indicateurs ont fait grise mine depuis le début de l'année. Côté volume de ventes VL, la chute a atteint 21 %, soit 14,7 millions d'unités. Pas une marque a rencontré une tendance positive, hormis Tesla (+40 %), les replis s'échelonnent de -11 % pour Toyota à -29 % pour PSA. La palme revient d'ailleurs aux français avec un groupe Renault à -26 %.

Conséquence directe : un chiffre d'affaires en fort repli, à taux de change constant, de 8,9 %, tous constructeurs confondus. 385 milliards d'euros de revenus ont été générés au premier trimestre 2020 contre 422 milliards à la même période de l'année précédente. Il faut revenir à 2016 pour trouver un niveau de chiffre d'affaires similaire sur la même période. Seuls quatre des 17 constructeurs ont connu une tendance positive, Tesla (+32 %), Kia (+17 %), Hyundai (+6 %) et BMW (+4 %). La pire contre-performance est attribuer à Nissan (-21 %), même si les français ne sont pas très loin (-16 % pour PSA et -19 % pour Renault).

"Les premiers trimestres peuvent effectivement être un peu compliqués pour les constructeurs : certains, en fin d'année poussent les ventes, ce qui se traduit au premier trimestre de l'année suivante par des volumes et des chiffres d'affaires en baisse, commente Jean-François Bélorgey, responsable du secteur Mobilités chez EY. Mais il est clair, qu'au-delà du petit jeu auquel se livrent parfois les constructeurs, on peut observer un ralentissement des principaux marchés automobiles. Les marchés américain et européen notamment étaient très bons depuis très longtemps, et le spectre d'un ralentissement se profilait déjà depuis quelques mois. Sans compter bien sûr sur la crise sanitaire qui a plongé en confinement, la Chine, l'Europe puis les Etats-Unis durant cette première partie d'année 2020."

Résultat d'exploitation en chute libre

Mais l'analyse de l'EBIT donne un aperçu encore plus limpide de la violence de la crise sanitaire puis économique qui s'est abattue sur les constructeurs. A taux de change constant, ce résultat d'exploitation s'est effondré de 58,4 % entre le premier trimestre 2019 et la même période de 2020, passant de 10,5 à 7,5 milliards d'euros. Ainsi, au cours du premier trimestre 2020, l'EBIT cumulé des grands constructeurs automobiles a régressé pour atteindre son niveau le plus bas depuis 2009. Onze des 15 constructeurs analysés, et ayant communiqué leurs données, ont enregistré un EBIT en baisse. Ici encore, seulement 4 constructeurs ont échappé à la morosité ambiante, Tesla, Hyundai (+133 %) BMW (+5 %) et General Motors (+1%).

"Dans l'industrie automobile, la rentabilité est très sensible à l'activité. Il existe un effet démultiplieur entre les ventes et la rentabilité, dû à une base de coûts fixes très élevée, constituée notamment par l'investissement en R&D. Ces investissements sont en augmentation ces dernières années sous la pression de deux éléments : les véhicules connectés et autonomes, toutefois un peu éclipsés actuellement par l'enjeu de la transition énergétique, devenu prioritaire. Ainsi, lorsque les ventes sont en croissance, le résultat d'exploitation s'envole. A l'inverse, lorsque les immatriculations se replient la rentabilité fond », souligne Jean-François Bélorgey.

Une rentabilité au plus bas

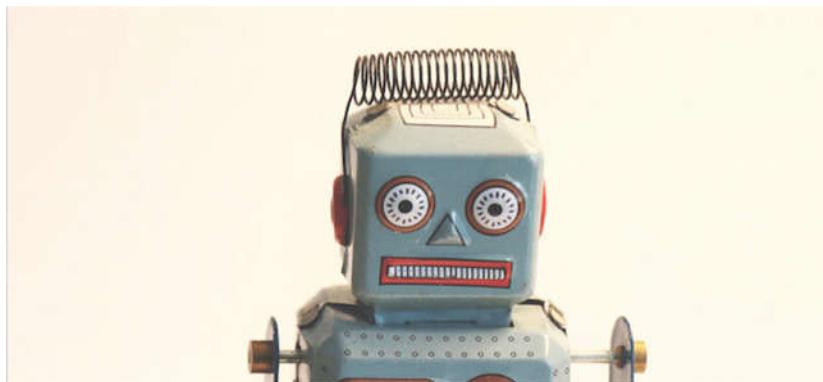
Résultat : la rentabilité des constructeurs a fondu comme neige au soleil, pour atteindre un niveau historiquement bas, à 2,1 %. Il s'agit d'un recul de 2,5 points par rapport à la même période de l'année précédente. Pour quatre constructeurs, cette rentabilité est passée en négatif entre le premier trimestre 2019 et 2020 : Honda (-0,2 %), FCA (-0,5 %), Ford (-2,7 %) et Nissan (-4%). Quatre autres ont réussi à augmenter ou stabiliser leur rentabilité : Tesla, passant de -10,5 % à 4,7 %, BMW (+5,9 %), GM (+4,6 %) et enfin Hyundai (+3,4 %).

Et l'avenir ne s'annonce pas plus clément selon Jean-François Bélorgey. *"Si la Chine est sortie de confinement plus tôt et amorce une reprise réelle, le marché européen sera lui privé de la moitié du deuxième trimestre en confinement. Enfin, le marché américain reste très perturbé et les événements récents ne doivent pas aider à la reprise.*

Nous ne serions pas surpris de voir un plongeon des ventes supérieur aux 9 % observés sur le premier trimestre et une rentabilité moyenne des 17 constructeurs nulle, voire négative", conclut-il.



Le Covid-19 a aussi fait bugger l'Intelligence Artificielle...



<http://www.influencia.net/fr/actualites/media-com,innovations,covid-19-aussi-fait-bugger-intelligence-artificielle,10253.html>

Publié le 25/05/2020 - AUTEUR = Benoit Zante

Journaliste spécialisé dans les sujets de l'innovation, du marketing et de la transformation digitale, Benoit Zante couvre les grands événements technologiques mondiaux pour identifier et analyser les tendances émergeantes. Il est aussi l'auteur de "Les défis de la transformation digitale" aux éditions Dunod.

Et si l'épidémie de Covid19 et ses nombreuses conséquences venaient de mettre en lumière l'une des limites des modèles d'intelligence artificielle ? De la publicité à la logistique, en passant par les services financiers les algorithmes de "machine learning" se sont parfois trouvés dépassés face aux imprévus engendrés par la crise...

Parmi les modèles d'intelligence artificielle déployés dans les entreprises, les algorithmes de "**supervised machine learning**" ("apprentissage automatique supervisé" en Français) figurent en bonne place. Cette technologie repose sur l'accumulation de données d'apprentissage, qui sont analysées par des algorithmes afin d'identifier automatiquement des "patterns", (réurrences) qui permettent ensuite d'effectuer des prévisions et d'enclencher des actions. La détection de fraude, l'optimisation des publicités en programmatique, l'anticipation de la demande ou l'optimisation des stocks figurent parmi les nombreux cas d'usages de ces modèles. Mais face à un événement imprévu et à ses conséquences, les modèles de ce type sont mis en défaut : impossible de prédire et d'anticiper, étant donné que le cas de figure en question ne s'est jamais produit par le passé...

Des erreurs d'appréciation de la part des algorithmes

Dans le domaine de la détection des fraudes à la carte bancaire, un changement dans les comportements d'achat du porteur de la carte ou des dépenses inhabituelles sont des éléments qui éveillent la suspicion des algorithmes d'intelligence artificielle...

C'est exactement ce qu'il s'est passé avec le confinement : les dépenses dans les restaurants ou dans les stations-service ont diminué, tandis que les paniers moyens en ligne ont fortement augmenté, avec parfois des dépenses totalement inhabituelles. De quoi perturber les modèles et générer un taux plus élevé de "faux positifs", autrement dit des erreurs d'appréciation de la part des algorithmes.

Des pertes de chiffre d'affaires pour les commerçants

Aralya Samm , Head of Financial Crime chez l'éditeur de solutions de détection de fraude et de blanchiment d'argent [Featurespace](#) a ainsi list  une série de comportements susceptibles de perturber les modèles, comme une hausse des transactions inhabituelles en direction de l'étranger (pour envoyer une aide financière à de la famille ou importer des biens de première nécessité devenus introuvables sur place), des achats d'or ou des retraits soudains de sommes importantes des marchés financiers. Ces "faux positifs" se traduisent généralement par une augmentation de la charge de travail pour les superviseurs qui vérifient manuellement les alertes remontées par les algorithmes, et donc par des temps de traitement accrus. Ce sont aussi des pertes de chiffre d'affaires pour les commerçants dont les transactions sont jugées suspectes et déclinées automatiquement...

Des publicités automatisées perturbées

La [MIT Technology Review](#)  voque dans un récent article le cas d'une plateforme de streaming vidéo dont les algorithmes de personnalisation et de recommandation ont été mis à mal par un afflux soudain de nouveaux abonnés, des vendeurs sur [Amazon](#) dont les publicités automatisées ont été perturbées par les changements de comportements d'achat et des modifications effectuées par la plateforme e-commerce pour s'adapter au confinement, ou encore le cas d'un vendeur de sauces et condiments en [Inde](#), dont le système automatisé de gestion des stocks s'est révélé incapable de gérer les achats massifs et soudains de ses clients.

De la nécessité de garder des humains dans les process

La logistique est d'ailleurs un secteur qui a été mis à rude épreuve par la crise. Or, c'est  g alement un domaine qui s'appuie de plus en plus sur l'intelligence artificielle, que ce soit pour prédire la demande, optimiser les stocks ou gérer les flux. Pour Ronan Fruit, Lead Data Scientist chez l'éditeur français de solutions d'automatisation de supply chain [Vekia](#), la situation inédite a illustré l'importance de garder en permanence des humains dans les processus de décision, afin de pouvoir s'adapter en temps réel. "*Il n'y a pas de magie : [avec l'apprentissage automatisé] on observe le passé pour prédire le futur. Si on est dans une situation totalement nouvelle, alors les hypothèses de base ne sont plus respectées,*" expliquait-il lors d'un webinaire sur le sujet.

L'adaptabilité n'est pas encore au programme de l'IA

À l'avenir, les modèles de machine learning devront  g alement garder en mémoire le caractère exceptionnel du confinement : il ne faudrait pas que les données inhabituelles enregistrées pendant la période altèrent les prévisions futures, lorsque la situation sera redevenue "normale". Avec ces ratés, la crise a montré que l'IA est encore loin d'avoir réussi à copier une caractéristique bien humaine : l'adaptabilité.





<https://www.e-marketing.fr/Thematique/veille-1097/Infographies/Les-tendances-marketing-B2B-tech-2020-350240.htm>

Publié par [Fiona Gentilleau](#) le 17 juin 2020

Les tendances du marketing B2B en six points :

- **Quelle utilisation des actions et supports marketing digitaux ?**

78% des marketeurs B2B ont migré les budgets vers les webinaires

50% ont capitalisé sur les réseaux sociaux

39% ont optimisé les emailings

- **Quelle utilisation des réseaux sociaux ?**

Top 1 : LinkedIn est incontournable et se place en premier avec 95,7% d'utilisation

Top 2 : Twitter arrive en second avec 52,6%

Top 3 : YouTube se classe troisième avec 36,2%

- Le top 5 des médias et supports générateurs de ROI est le suivant :**

44,1% plébiscitent les événements et salons

40,7% insistent sur le webinaire et webcast

39% évoquent la création de contenu

33,9% indiquent le site web

25,4% mentionnent le télémarketing

- Quel coût pour un lead du point de vue des marketeurs ?**

Bien que 41% des répondants ne sachent pas évaluer leur coût par lead de manière fiable

59% de ceux qui le peuvent, estiment à plus de 80€ le prix d'un lead

42,3% des personnes interrogées l'estiment à plus de 100€ par lead

16,9% évoquent entre 80 et 100€ par lead

14,1 pensent que le coût se situe entre 50 et 80€ par lead

- Le top 3 des contenus les plus efficaces pour les campagnes d'emailing :**

Pour 64,4 % : le livre blanc, Ebook ou guide pratique

Pour 61,9% : le témoignage client

Pour 47,5% : le webinaire et webcast

- Le top 3 des difficultés rencontrées dans la réalisation de campagnes d'emailings :**

45,8% des marketeurs B2B mettent en avant la mauvaise qualité des bases de données

42,4% pointent le faible taux d'ouverture des emails

41,5% impliquent le RGPD

L'étude a été réalisée entre fin février et début mai 2020 auprès de 118 répondants sur 435 pour donner leur point de vue sur les tendances et investissements B2B en 2020.



Moins d'évènements
78% des responsables marketing de l'IT ont migré
 leurs budgets vers :

- 1 les webinaires **67,9 %**
- 2 les réseaux sociaux **50 %**
- 3 les emailings **39,3 %**



Utilisation des médias digitaux



des médias et supports générateurs de ROI

- TOP 5**
- 1 **44,1 %** Evénements et salons
 - 2 **40,7 %** Webinaire et webcast
 - 3 **39 %** Création de contenu
 - 4 **33,9 %** Site web
 - 5 **25,4 %** Télémkteting

coût d'un lead



TOP 3 des contenus les plus efficaces pour vos campagnes emailing

- 3 **47,5 %** Webinaire webcast
- 2 **61,9 %** Témoignage client
- 1 **64,4 %** Livre blanc Ebook Guide pratique

TOP 3 des difficultés dans la réalisation de campagnes emailings

- | | | |
|---|---|-----------------------|
| 45,8 %
Mauvaise qualité des BDD | 42,4 %
Faible taux d'ouverture des emails | 41,5 %
RGPD |
|---|---|-----------------------|

[batiactu] Coronavirus : les pure-players de bricolage tirent-ils leur épingle du jeu ?



<https://www.batiactu.com/edito/coronavirus-pure-players-bricolage-tirent-ils-leur-59324.php>

Céline Galoffre, le 14/04/2020

En cette période de crise sanitaire, les enseignes de bricolage et les négoces ont compris ô combien il est important de s'appuyer sur leurs sites d'e-commerce pour continuer leur activité, même de manière partielle. Bienheureux, les distributeurs qui avaient investi dans des plateformes on line performantes et jouer la carte de l'omnicanal.

Selon une étude réalisée du 23 au 25 mars par la Fevad (la fédération du e-commerce et de la vente à distance), "94% des sites sont toujours ouverts, néanmoins, plus d'un tiers d'entre eux a dû réduire son activité". L'enquête nous apprend aussi que les pure-players semblent s'en sortir un peu mieux : "Les enseignes magasins sont deux fois plus nombreuses (8%) que les pure-players (4%) à avoir interrompu leur activité e-commerce". Comment cela se passe-t-il dans le secteur du bricolage ? Il est encore difficile d'obtenir des chiffres précis par secteur, d'autant plus que les enseignes se sont mobilisés rapidement et se sont organisés après le 17 mars, avec une reprise progressive le 23 mars, via la commande en ligne, la livraison, le drive, et l'accès à un nombre restreint de produits.

Agilité et souplesse, atouts de pure-players

Du côté des pure-players, la crise sanitaire est gérée avec pragmatisme, notamment grâce à leur agilité et leur souplesse, ADN de leur création. *"Les boîtes digitales native, et notamment dans le e-commerce, ont les réflexes et les codes pour s'adapter en permanence. On est tout le temps en train de gérer et de moduler nos process pour qu'il y ait le moins d'impact sur nos livraisons, nos approvisionnements, etc. Avec le Covid-19, on observe une intensification des modifications à faire"*, nous confie Marc Leverger, co-fondateur de Brico Privé.

Le site de ventes privées dédié au bricolage a mis en place une stratégie multifournisseurs sur la livraison : "Concernant les transporteurs de +30kg, nous avons adapté l'algorithme en fonction des zones desservies par les transporteurs", nous précise le dirigeant. Autre axe de travail engagé : l'accélération de la livraison à domicile en proposant un effort sur les tarifs. Chez Warmango, expert on line dans le BtoB, on peut compter sur un stock tampon important. "Nos partenaires industriels ont pu entreposer leur marchandise dans notre plateforme, que nous louons", explique Maxime Audiat, le fondateur, soulignant qu'un protocole (effectif réduit, distanciation, masque) a été adopté pour la logistique. Avant d'ajouter : "Globalement, nous nous en sortons bien, mais à un moment il faudra réapprovisionner". De même chez Brico Privé, l'approvisionnement a été anticipé et est fluide : "Nous avons aussi mis à disposition de nos fournisseurs nos entrepôts de manière gratuite, histoire de pas rajouter la crise sanitaire à la crise économique".

Des pics de trafic

Des efforts nécessaires puisque la demande clients est bien là. "Nous avons enregistré un pic d'intensité de trafic avec des parcours plus longs. Auparavant, nos visiteurs restaient entre 20-25 min et regardaient maximum 100 pages et là nous sommes davantage sur un ordre d'une heure pour 300 à 400 pages", explique Maxime Audiat. Chez Brico Privé, qui s'adresse à une cible BtoC, même constat : "Il y a eu un pic la 2ème semaine de confinement, avec une hausse de 20 à 30%, et début avril cela s'est accéléré à +50%", relève Marc Leverger, qui concède que ces bons résultats coïncident avec la période printanière et des améliorations apportées au site depuis un an. Néanmoins, le marché du bricolage se porte bien en période de crise, avec un repli et une volonté de lancer davantage de petits travaux chez soi, et forcément, les pure players captent une partie de la demande. "Cette période est toujours propice aux chantiers, mais aussi au jardinage. On note toutefois une forte demande en matière de peinture", glisse Marc Leverger.

Un futur encore incertain

Quid du futur ? "La suite dépend de la possibilité de se financer auprès d'investisseurs. Nous souhaitons boucler une levée de fonds d'ici à fin mai de 1,5 million d'euros. Une enveloppe qui nous servira à nous développer, recruter et nous ouvrir à de nouveaux segments comme les produits d'électricité, et l'outillage", souligne Maxime Audiat. Chez Brico Privé, on espère que les efforts consentis et la politique impulsée porteront leur fruit, même si on peut toujours craindre "un trou d'air". "Il est possible qu'il y ait un réajustement des dépenses sur les prochains mois", s'inquiète le dirigeant, qui indique que le poids des nouveaux clients a été multiplié par 2. De bon augure pour l'avenir ? La réponse dans quelques mois.



Le ministère du Travail a publié, le 24 juin 2020, une nouvelle version du protocole national de déconfinement en entreprise.

Des règles sanitaires qui se substituent aux exigences du 3 mai 2020

Ce protocole, national et inter-sectoriel, se substitue au précédent, mis en ligne le 3 mai 2020. Il se substitue également aux 90 guides métiers co-élaborés par le ministère du Travail, les autorités sanitaires, les branches professionnelles et les partenaires sociaux. Ces guides n'auront donc plus de valeur normative. Ils seront prochainement remplacés par une FAQ répondant aux questions concrètes des entreprises.

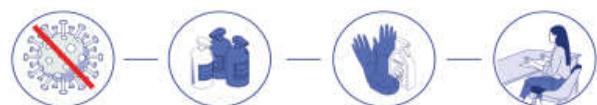
1 mètre de distance contre la règle des 4 m²

Ce nouveau protocole assouplit les règles applicables sur les lieux de travail et facilite le retour à la normalité de l'activité économique tout en respectant les règles sanitaires actuelles fixées par le Haut Conseil de la Santé publique (HCSP) :

- ▶ Le respect des gestes barrières et de la distanciation physique est le cœur des mesures de protection des salariés :
 - Le respect d'une distance d'au moins un mètre entre les personnes devient la norme ; la jauge des 4 m² est désormais un simple outil qui reste proposé à titre indicatif ;
 - En cas de difficulté à respecter cette distance d'un mètre, le port du masque est obligatoire pour le salarié ;
 - Le salarié porte un masque lorsqu'il est amené à être en contact à moins d'un mètre d'un groupe social constitué librement de personnes qui ne portent pas de masque.
- ▶ Le télétravail n'est plus la norme mais il reste une solution à privilégier dans le cadre d'un retour progressif à une activité plus présente, y compris alternée.
- ▶ Les personnes à risque de forme grave de COVID-19 qui ne bénéficient pas d'un certificat d'isolement doivent pouvoir télétravailler ou bénéficier de mesures adaptées de protection renforcée.
- ▶ Une attention particulière doit être portée par l'employeur dans l'application des mesures auprès des travailleurs détachés, saisonniers ou à contrat de courte durée
- ▶ Le protocole précise les consignes de prévention des risques de contamination manu-portée ainsi que d'aération ou encore d'élimination des déchets.

PROTOCOLE NATIONAL DE DÉCONFINEMENT POUR LES ENTREPRISES POUR ASSURER LA SANTÉ ET LA SÉCURITÉ DES SALARIÉS

COVID-19



Etape 3 du déconfinement
Au 24 juin 2020