

# FOCUS

LA  
FRANCE  
À LA  
RELANCE



## LA FRANCE D'APRÈS...

Cette interrogation est légitime. L'économie de notre pays a subi de plein fouet une crise qui trouve peu de précédents d'une telle ampleur.

Sans fausses prétentions, de manière prudente mais volontaire, nous souhaitons vous apporter au travers de notre expertise, une étude structurante pour vous aider à dresser des perspectives.

Grâce aux données\* et chiffres que nous traitons chaque jour à votre service, projetons-nous et écrivons ensemble nos succès de demain.



# SOMMAIRE

## LA FRANCE À LA RELANCE

0	CE QU'IL FAUT RETENIR	4
1	CHIFFRES CLES ET SCENARIO MACROECONOMIQUE	6
2	ANALYSE DE LA CRISE PAR SECTEUR	8
3	ANALYSE DE LA REPRISE PAR SECTEUR	9
4	PRINCIPALES DIFFICULTES DES ENTREPRISES	10
5	PRINCIPALES ACTIONS MISES EN PLACE FACE A LA CRISE	11
6	NOUVELLES ATTENTES DES SALARIES	12
7	NOUVELLES ATTENTES DES CONSOMMATEURS	13
8	GRANDES TENDANCES POST-CRISE EN ENTREPRISE	14

# CE QU'IL FAUT RETENIR 1/2

## SCÉNARIO MACROÉCONOMIQUE

- Croissance du PIB de 5,2% en 2021, après une chute de 8,2% en 2020
- Amélioration progressive du climat des affaires
- Un nombre important de défaillances à prévoir à moyen terme

## ANALYSE DE LA REPRISE PAR SECTEUR

- Un rebond en 2021 qui ne permettra pas de retrouver le niveau d'activité d'avant-crise dans l'industrie automobile, les transports, l'hébergement et la restauration
- Un niveau d'activité en 2021 qui sera supérieur à celui de 2019 dans le BTP, le commerce de détail et les services numériques

## ANALYSE DE LA CRISE PAR SECTEUR

- Décrochage dans les services (hébergement, restauration, transports) et certaines industries (automobile, aéronautique)
- Résistance dans les services numériques, le commerce de détail alimentaire et les industries alimentaires

## PRINCIPALES DIFFICULTÉS DES ENTREPRISES

- Surcoûts liés à la crise
- Hausse des coûts d'approvisionnement
- Difficultés financières
- Baisse de la production
- Attrition des débouchés
- Problèmes d'approvisionnement

## NOUVELLES ATTENTES DES SALARIÉS ET CONSOMMATEURS

- Salariés : flexibilité quant au lieu et temps de travail, quête de bien-être au travail, préoccupations et aspirations sociétales
- Consommateurs : consommation plus saine et durable, amélioration de la qualité de services, défense du pouvoir d'achat

## PRINCIPALES ACTIONS MISES EN PLACE FACE À LA CRISE

- Compression des coûts
- Repositionnement de l'offre
- Élargissement et diversification de l'activité
- Investissements dans la digitalisation
- Adaptation de l'activité dans la restauration
- Adaptation de l'activité dans la distribution

## GRANDES TENDANCES POST-CRISE EN ENTREPRISE

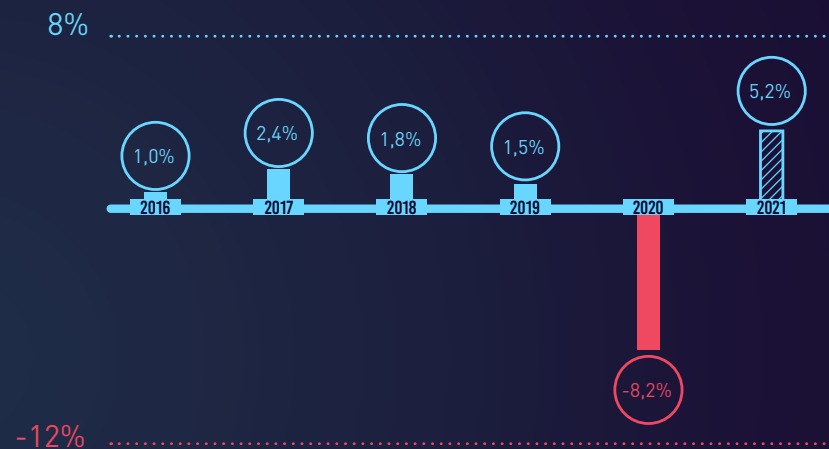
- Réflexion sur la stratégie immobilière
- Sécurisation des approvisionnements
- Relocalisation de la production
- Stratégie de transformation digitale

# CHIFFRES CLES ET SCENARIO MACROECONOMIQUE

- Le rebond de l'activité prévu en 2021 ne sera pas suffisant pour permettre au PIB de retrouver son niveau d'avant-crise.
- La croissance du PIB sera soutenue par la consommation des ménages, les dépenses publiques et l'investissement des entreprises avec la mise en œuvre du plan de relance.
- Les contraintes sanitaires et les craintes sur l'évolution du chômage et du pouvoir d'achat pèseront toutefois sur la consommation des ménages, et ce malgré la constitution d'une épargne de précaution importante depuis le début de la crise.

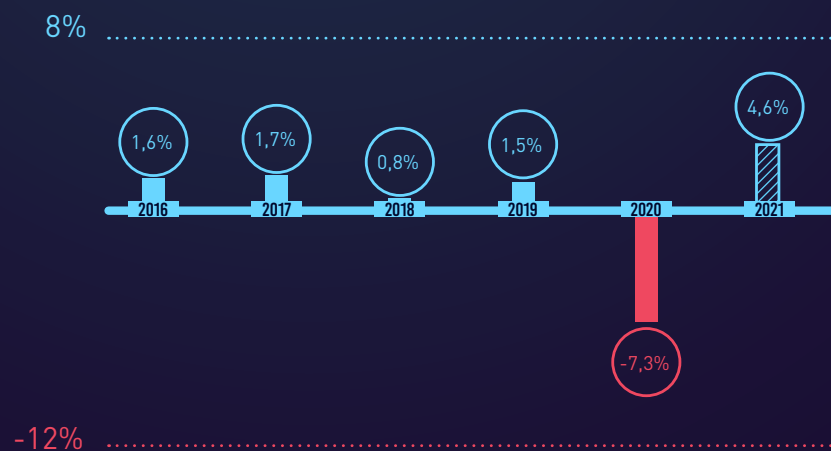
## PIB

Unité : % des variations annuelles en volume



## CONSOMMATION DES MÉNAGES

Unité : % des variations annuelles en volume



# CHIFFRES CLES ET SCENARIO MACROECONOMIQUE

- ⑦ Le climat des affaires s'améliore progressivement, en particulier dans le commerce et les services, mais reste inférieur à sa moyenne de long terme.
- ⑦ Le nombre de défaillances d'entreprises a chuté de près de 40% en 2020, en lien avec les dispositifs étatiques de soutien et la fermeture des tribunaux de commerce au printemps.
- ⑦ De nombreuses défaillances sont à prévoir à moyen terme, conséquence d'une reprise insuffisante de l'activité et d'un surcroît de dette accumulé par les entreprises.

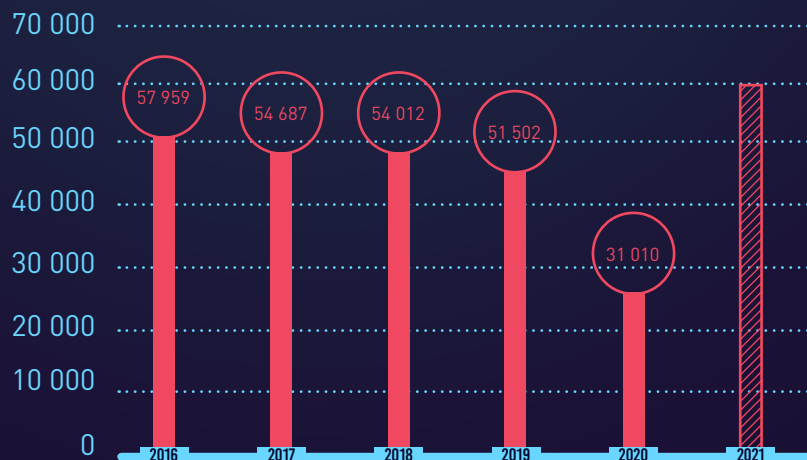
## CLIMAT DES AFFAIRES

Unité : indice synthétique (100 = moyenne)



## DÉFAILLANCES D'ENTREPRISES

Unité : nombre





# ANALYSE DE LA CRISE PAR SECTEUR

Généralement stabilisants dans un contexte de récession, certains secteurs dans les services (hébergement, restauration, transport, etc.) sont à l'épicentre du décrochage de l'activité.

Malgré une vague de soutien inédite (subventions pour les investissements structurants, baisse des impôts de production, chômage partiel de longue durée, etc.), plusieurs secteurs industriels ont accusé une baisse sensible d'activité en 2020, notamment dans l'automobile et l'aéronautique.

À l'inverse, les services numériques (besoins importants en solutions de cybersécurité et d'accès à distance), le commerce de détail (croissance inédite de l'activité des commerces alimentaires, mais difficultés dans le commerce non alimentaire) et les industries alimentaires (demande bien orientée en grandes surfaces) figurent parmi les secteurs les plus résistants.

## ÉVOLUTION DE L'ACTIVITÉ PAR SECTEUR ENTRE 2019 ET 2020

Unité : taux de variation en %



CA : chiffre d'affaires / Prod. : production / Val. : valeur / Vol. : volume

(1) Programmation, conseil et autres activités informatiques / (2) Hors automobiles et motos

(3) Y compris boissons



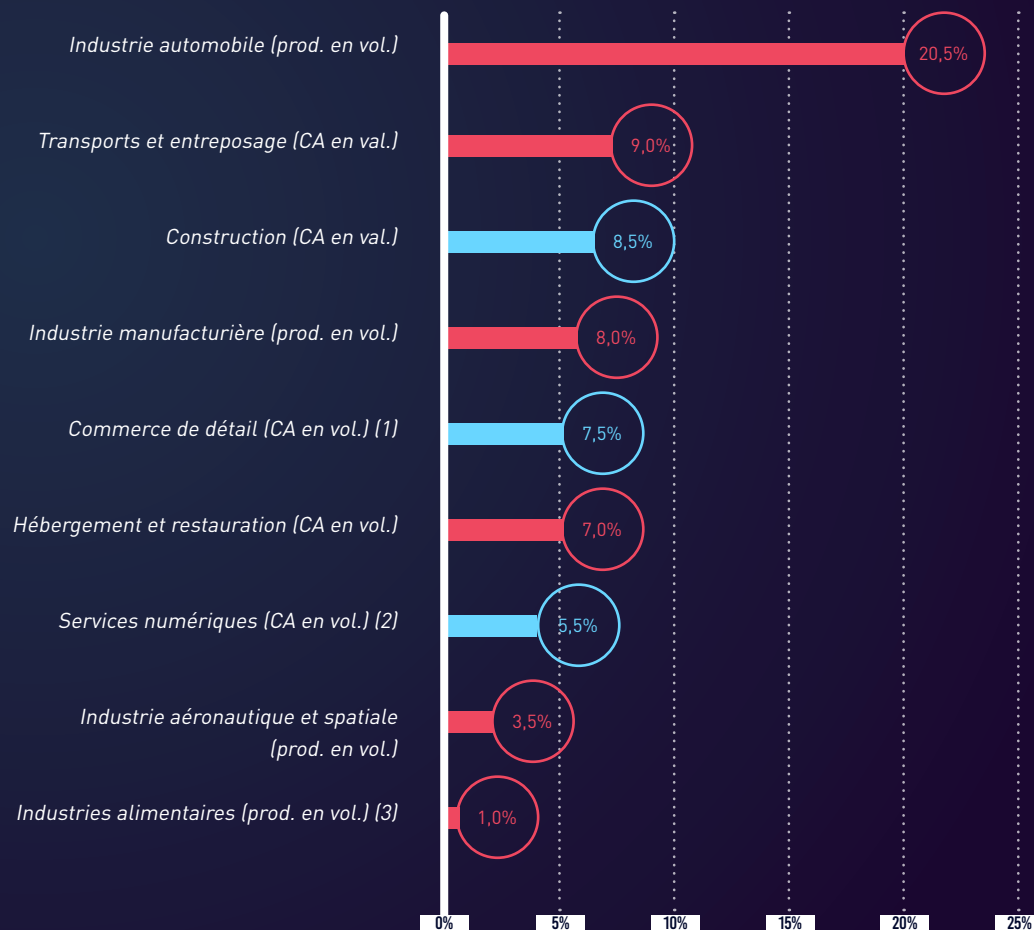
# ANALYSE DE LA REPRISE PAR SECTEUR

○ Pour de nombreux secteurs, tels que l'industrie automobile, le transport, l'hébergement ou encore la restauration, le rebond enregistré en 2021 ne permettra pas de retrouver le niveau d'activité d'avant-crise.

○ Quelques secteurs tireront leur épingle du jeu, à l'image de la construction (nombreux chantiers en cours, carnets de commandes garnis, plan de relance, etc.), du commerce de détail (report partiel de la consommation de services vers les biens manufacturés, effet de base favorable après un exercice 2020 difficile dans plusieurs segments non alimentaires tels que l'habillement et la bijouterie-horlogerie, retour progressif des touristes étrangers dans les grands magasins, etc.) et des services numériques (besoins de transformation digitale des entreprises).

## PRÉVISIONS SUR L'ÉVOLUTION DE L'ACTIVITÉ PAR SECTEUR ENTRE 2020 ET 2021

Unité : taux de variation en %



En rouge : les secteurs dont le niveau d'activité en 2021 restera inférieur à celui de 2019

En bleu : les secteurs dont le niveau d'activité en 2021 sera supérieur à celui de 2019

CA : chiffre d'affaires / Prod. : production / Val. : valeur / Vol. : volume

(1) Hors automobiles et motocycles / (2) Programmation, conseil et autres activités informatiques

(3) Y compris boissons

# PRINCIPALES DIFFICULTÉS DES ENTREPRISES

0123 4 56

**FOCUS**  
LA FRANCE  
À LA  
RELANCÉ

## SURCOÛTS LIÉS À LA CRISE

Achat d'équipements et de consommables (masques, gel, etc.), nettoyage des locaux, mise en place du télétravail

## DIFFICULTÉS FINANCIÈRES

Tensions sur les marges (hausse des coûts des matières premières, guerre des prix), problèmes de trésorerie (allongement des délais de paiement des clients, secteurs à l'arrêt), hausse de l'endettement

## HAUSSE DES COÛTS D'APPROVISIONNEMENT

Flambée des prix des matières premières agricoles (récoltes affectées par les aléas climatiques, mouvements de restockage, hausse de la demande chinoise,) et des métaux (reprise de l'activité industrielle, contraction de l'offre minière)

## PROBLÈMES D'APPROVISIONNEMENT

Dérèglement de certaines chaînes d'approvisionnement, inflation des coûts du transport maritime depuis l'Asie, pénurie de semi-conducteurs

## BAISSE DE LA PRODUCTION

Contraintes de fonctionnement dues aux mesures de sécurité sanitaire, difficultés à mobiliser du personnel sur site

## PERTE DE DÉBOUCHÉS

Reports et annulations de projets, ralentissement du commerce mondial, demande des ménages (pressions sur le pouvoir d'achat) et des collectivités territoriales (difficultés budgétaires) limitée, dépendance envers l'activité touristique internationale

# PRINCIPALES ACTIONS MISES EN PLACE FACE A LA CRISE

01234567

**FOCUS**  
LA FRANCE  
À LA  
RELANCE

## COMPRESSION DES COÛTS

Réduction des effectifs, coupes dans les dépenses non essentielles (frais de fonctionnement, prestations de conseil, de marketing), rééchelonnement ou renégociation de la dette

## ÉLARGISSEMENT ET DIVERSIFICATION DE L'ACTIVITÉ

Recherche de relais de croissance (notamment via des acquisitions) face à la crise de débouchés

## REPOSITIONNEMENT DE L'OFFRE

Cession d'activités, fermetures de sites

## ADAPTATION DE L'ACTIVITÉ DANS LA RESTAURATION

Développement de la vente à emporter et de la livraison

## ADAPTATION DE L'ACTIVITÉ DANS LA DISTRIBUTION

Dématérialisation des processus d'achat (livraison, click & collect, drive pour piétons et automobiles), aménagement des conditions de vente (livraison gratuite, allongement de la période de retour des commandes)

## INVESTISSEMENTS DANS LA DIGITALISATION

Besoins importants en solutions de cybersécurité et d'accès à distance (pour accompagner la généralisation du télétravail), développement du e-commerce

# NOUVELLES ATTENTES DES SALARIES

Les entreprises doivent se réinventer et ajuster leurs pratiques managériales afin de motiver leurs équipes, d'attirer les talents et de les fidéliser.

## NOUVELLES ATTENTES DES SALARIÉS DEPUIS LA CRISE

### FLEXIBILITÉ QUANT AU LIEU ET AU TEMPS DE TRAVAIL

Pérennisation de la pratique du travail à distance, qui offre davantage de souplesse et d'autonomie

### QUÊTE DE BIEN-ÊTRE AU TRAVAIL

Recherche d'un meilleur équilibre entre vie personnelle et vie professionnelle, assouplissement des rapports hiérarchiques

### PRÉOCCUPATIONS ET ASPIRATIONS SOCIÉTALES

Volonté d'exercer un métier porteur de sens et d'évoluer dans une entreprise engagée humainement et socialement

012345678

# NOUVELLES ATTENTES DES CONSOMMATEURS

Les consommateurs souhaitent davantage privilégier les achats de produits locaux et durables et attendent des marques un engagement plus social, éthique et responsable.

## NOUVELLES ATTENTES DES CONSOMMATEURS DEPUIS LA CRISE

### CONSOMMATION PLUS SAIN ET DURABLE

Volonté de consommer moins et mieux (produits locaux, sains, compatibles avec un développement durable), achats auprès de marques socialement responsables, recours à des produits d'occasion

### AMÉLIORATION DE LA QUALITÉ DE SERVICES

Meilleure efficacité et fluidité des services en click & collect, drive et livraison à domicile, assouplissement des conditions de vente (annulation possible de billets et réservations, flexibilité dans les retours de commandes)

### DÉFENSE DU POUVOIR D'ACHAT

Réduction temporaire des prix dans un contexte de difficultés financières, promotions pour les personnes les plus fragilisées par la crise

# GRANDES TENDANCES POST-CRISE EN ENTREPRISE

012345678



## RÉFLEXION SUR LA STRATÉGIE IMMOBILIÈRE

- ⑤ Accompagnement de la flexibilité des employés (télétravail, nomadisme, coworking, etc.)
- ⑤ Volonté de réduire les coûts immobiliers, dans un contexte de baisse du taux d'occupation des locaux professionnels
- ⑤ Amélioration de la qualité des locaux professionnels (bien-être, services, etc.), afin d'attirer et/ou conserver les talents
- ⑤ Possibilité de générer des revenus supplémentaires avec les espaces peu utilisés (coworking, restaurant accessible aux particuliers, etc.)

## SÉCURISATION DES APPROVISIONNEMENTS

- ⑤ Acquisition de sous-traitants et/ou de fournisseurs, afin notamment d'assurer ses approvisionnements et d'éviter des ruptures de la chaîne de production
- ⑤ Volonté de réduire la dépendance de nombreux pans de l'économie vis-à-vis des pays étrangers, en particulier de la Chine



# GRANDES TENDANCES POST-CRISE EN ENTREPRISE

0123456789

## RELOCALISATION DE LA PRODUCTION EN FRANCE ET EN EUROPE



- ⑤ Volonté de réduire la dépendance de nombreux pans de l'économie vis-à-vis des pays étrangers, en particulier de la Chine, et la fragmentation de la chaîne de valeur
- ⑤ Soutien public pour des projets de relocalisation ou de production en France dans cinq domaines stratégiques : électronique, agroalimentaire, santé, télécommunications et intrants utilisés par l'industrie
- ⑤ Prise de conscience environnementale (attentes fortes en matière de production sociale, locale et responsable, limitation des émissions carbone)
- ⑤ Intérêt moindre à la délocalisation : hausse des frais de transport et des coûts de production dans les pays émergents
- ⑤ Possibilité de robotiser les chaînes d'assemblage et d'améliorer les délais de production, la réactivité et l'image des entreprises

## MISE EN PLACE / POURSUITE D'UNE STRATÉGIE DE TRANSFORMATION DIGITALE

- ⑤ Accentuation des besoins de transformation des entreprises, en particulier sur la dimension numérique : outils de télétravail et solutions cloud, cybersécurité, e-commerce et livraison, automatisation des processus de production, etc.
- ⑤ Recrutement de profils spécialisés (analystes sécurité des systèmes, ingénieurs cloud, etc.)
- ⑤ Soutien public pour la transition numérique des entreprises

# FOCUS

LA  
FRANCE  
À LA  
RELANCE

AUDECIA  
EXPERTS COMPTABLES  
COMMISSAIRES AUX COMPTES