

Le Mémo, Épisode 19

Économie : allons-nous finir par tout acheter sur internet ?

— Germain :

Marion, c'est une ancienne collègue a quitté son travail pour se lancer dans une aventure entrepreneuriale. Avec Nicolas, son compagnon, ils ont créé Pétrone, une marque de chaussettes et de sous-vêtements masculins qu'ils vendent via un site internet. Ils animent leur communauté sur les réseaux sociaux.

Cet été, alors que l'économie va mal, je prends de ses nouvelles. Voici ce qu'elle me répond : "Hello ! ça va super bien ! je viens de répondre à un journaliste de la Dépêche, je t'envoie l'article."

Et là, ma surprise est totale : avec Nicolas, ils lancent une seconde collection...avec des photos maison qu'ils ont prises pendant le confinement. Et je lis : « La marque a battu son record de vente en une journée. » Tous les deux ont même envie de s'attaquer au marché allemand... Mais la phrase qui m'a le plus marqué, c'est ça : « [Ce sont] de bonnes nouvelles alors que, comme pour nombre d'entreprises, l'annonce du confinement est tombée comme un couperet, avec une chute drastique des ventes... »

— Marine :

Oui, certaines petites entreprises qui ont connu un succès similaire vont même jusqu'à parler de « Survivor's guilt » : la culpabilité du survivant. C'est le même syndrome que celui des personnes qui ont survécu à un accident ou à un massacre alors que d'autres sont morts. C'est en tout cas comme ça que le formule une commerçante d'épices rares de Minneapolis, alors que son chiffre d'affaires a augmenté ces derniers mois.

— Germain :

Est-ce dans ces réussites que l'on trouvera les germes de la relance économique ? Allons-nous finir par tout acheter en ligne ?

[Identité sonore]

— Germain :

Bonjour Marine !

— Marine :

Bonjour Germain !

— Germain :

Bienvenue dans ce nouvel épisode du Mémo, le podcast qui décrypte l'actualité du numérique. Aujourd'hui, on se penche sur l'économie et le numérique en temps de crise. En seulement quelques mois, la pandémie a considérablement ralenti l'économie mondiale. Ce que la crise a notamment montré, c'est l'essor de dématérialisation du commerce et des services via le numérique. Mais alors, les PME ou les grandes entreprises qui se digitalisent à vitesse grand V parviendront-elles à tirer leur épingle du jeu ?

— Marine :

D'ores et déjà, il faut dire que certaines entreprises, comme Pétrone, ont construit leur 'business model' principalement sur internet. Donc elles ont été relativement épargnées par la paralysie générale liée au confinement.

— Germain :

Donc plus on est numérique, plus on sort gagnant de la crise ?

— Marine :

Pas tout à fait. C'est ce que relève Statista, un portail allemand qui analyse des données du secteur économique. Il y a certes les grands gagnants : le marché de la livraison de produits alimentaires. Et les applis de fitness, puisque nous n'avons plus accès aux salles de sports. Mais les applis et sites de rencontre connaissent moins de succès : les utilisateurs restent prudents ! Et surtout : le marché de la billetterie en ligne est en train de s'effondrer. Logique, vu les restrictions de rassemblement qui s'appliquent encore de part et d'autre de la planète. "Le chiffre d'affaires mondial, initialement estimé à plus de 60 milliards de dollars, devrait tomber à 25 milliards de dollars en 2020, soit une chute de près de 60 %." »

— Germain :

D'accord, mais pour de nombreuses entreprises, le digital a permis de passer le cap de la crise.

— Marine :

C'est ce qu'on peut lire dans un article du Monde sur les librairies françaises pendant le confinement et lors la réouverture. Aurélie Garreau, de la librairie Le Monte-en-l'air, à Paris, raconte que pendant le confinement ils en ont profité pour accentuer leur présence sur les réseaux sociaux. « *Ce qui a eu un impact positif sur les ventes à distance* », dit-elle.

— Germain :

Une tendance qui leur a permis de sauver les meubles...

— Marine :

Pas seulement ! La libraire explique qu'avec le déconfinement, ses ventes ont continué à croître, en physique mais aussi en ligne, notamment via un

site appelé Placedeslibraires.fr. Au 30 juin, le retard du confinement est rattrapé avec une hausse de 80 % du chiffre d'affaires.

— Germain :

Mais pour autant, le déconfinement n'a pas signifié partout un retour rapide des consommateurs dans les boutiques, non ?

— Marine :

Oui, ce qui explique que certaines entreprises ont dû repenser toute leur ligne d'approvisionnement. C'est par exemple le cas de Levi's aux États-Unis. Chip Bergh, qui est le CEO de Levi Strauss & Company, explique qu'avec la fermeture de centaines de magasins ils ont dû repenser la cartographie du marché. Ils proposent de nouvelles offres telles que le retrait en magasin, et la livraison pour le jour même. Le CEO rappelle par ailleurs qu'ils ont un partenariat de longue date avec Amazon...

— Germain :

Ce qui explique que pour le géant du e-commerce, 2020, c'est l'année en or ! Cet été, Amazon a même connu ses meilleurs mois en 26 ans d'existence.

— Marine :

Et oui ! D'après Forbes, Amazon a annoncé la création de 100,000 nouveaux emplois à la rentrée. Le groupe employait déjà 560,000 personnes... C'est l'équivalent de la population de Lyon, plus ou moins.

— Germain :

Beaucoup d'emplois, mais sous quelles conditions ? Il faut rappeler que l'entreprise a été sévèrement critiqué pour ne pas avoir suffisamment protégé ses employés et prestataires d'une potentielle contamination du virus.

— Marine :

Ce n'est d'ailleurs pas le seul grief vis-à-vis du géant. Jeff Bezos, a été convoqué devant le congrès américain en juillet, de même que les PDGs de Google, Apple et Facebook. La justice américaine les soupçonne d'abus de position dominante sur leurs marchés respectifs. Ils ont répondu à plus de 200 questions pendant plus de 5 heures.

— Germain :

Résultats à suivre donc... Mais ailleurs dans le monde, est-ce qu'on retrouve cette tendance à l'accélération exponentielle du e-commerce ?

— Marine :

Clairement ! Je lis par exemple dans Digital Africa, que la création d'une zone de libre échange continentale en Afrique la ZLECA, aurait lancé un signal positif auprès des plateformes de e-commerce. On y retrouve

WeCashUp, Mpesa le géant Alibaba et de nombreux autres acteurs qui participent au développement d'un marché de plus en plus florissant avec l'accélération de l'accès à des connexions internet moins chères et plus rapides.

— Germain :

Je lisais qu'en Asie également la tendance était à l'accélération de l'utilisation des outils numériques par les entreprises.

— Marine

Prenons l'exemple singapourien. Une étude par Microsoft Asia et IDC Asia/Pacific que je lis dans le Business Times rapporte que près de 75% des entreprises de la cité-État ont accéléré la digitalisation de leurs activités depuis le début de la crise économique.

— Germain :

Ce qui expliquerait en partie que le numérique soit un des pôles saillants du plan de relance proposé par le gouvernement en France ?

— Marine :

L'objectif semble clair : faire émerger des leaders nationaux face aux GAFAs. Du moins, c'est ce qu'on lit dans Les Échos. Sur 100 milliards d'euros investis dans le plan de relance définis par le gouvernement français, 7 milliards iront directement au numérique, notamment dans les start-ups françaises.

— Germain :

Mais pas que je suppose.

— Marine :

En effet 3,7 milliards y sont tout de même dédiés. Mais il faut noter qu'en parallèle la transformation numérique de l'État et des PME obtient de 2,3 milliards d'euros. 500 millions d'euros sont consacrés à la lutte contre l'illectronisme dont on a parlé ici à de nombreuses reprises. Et enfin, 300 millions sont destinés à la formation aux métiers du numérique.

— Germain :

Une somme importante, mais qui reste en dessous des attentes de certains.

— Marine :

Oui, c'est l'avis du co-fondateur de Blablacar, Frederic Mazella, cité dans Le Monde. *Pas assez d'argent, certes, mais il regrette surtout que le plan de relance n'affiche aucune volonté de rediriger la commande publique, donc gérée par l'État, vers des entreprises locales, françaises ou européennes.*

— Germain :

Justement, à l'échelle européenne... Y'a-t-il des investissements de prévus pour soutenir le secteur du numérique?

— Marine :

Dans une chronique, des leaders de Microsoft, Ralph Haupter et Casper Klynge montrent patte blanche. Sur Euronews, ils s'accordent à dire que "les appels à la souveraineté numérique de l'Europe sont fondés sur des préoccupations valables et légitimes".

— Germain :

A l'échelle européenne aussi, la 5G promet d'irriguer des pans entiers de l'économie et de servir les industries. Ici, en France, le réseau doit être lancé d'ici la fin de l'année. Nous suivrons cela de près, mais en attendant, vous pouvez retrouver à ce sujet notre épisode précédent pour en savoir plus.

Merci Marine et merci à tous de nous avoir écoutés. N'hésitez pas à vous abonner sur votre plateforme préférée et à partager cet épisode s'il vous a plu. On vous retrouve très vite pour un prochain numéro du Mémo !

Sources :

- [Retail Sales Rise for Third Month, Though Growth Slows](#) (New York Times)
- [Comment la pandémie a impacté les services numériques](#) (Statista)
- [« Le livre est un refuge » : en librairie, le sursaut des ventes et la solidarité des clients](#) (Le Monde)
- [Amazon Is Hiring A Further 100,000 People To Keep Up With Pandemic-Induced Demand](#) (Forbes)
- [La ZLECA, un catalyseur du commerce numérique - 4/4 - Le commerce électronique et le paysage numérique en Afrique](#) (Digital Africa)
- [73% of Singapore businesses speeding up digitalisation amid Covid-19: study](#) (Business Times)
- [Le numérique obtient un plan de relance de 7 milliards](#) (Les Echos)
- [Avec le plan de relance, le gouvernement veut accélérer dans le numérique](#) (Le Monde)
- [For a sustainable recovery from the COVID-19 crisis, Europe's focus must be digital](#) (Euro News)