

# Covid-19 : les conséquences économiques pour les secteurs de la communication et des médias

Principaux contributeurs	<b>Flavien Vottero et Olivier Passet</b>
Directeur de la publication	Laurent Faibis
Date de publication	23 mars 2020
Site	<b><a href="http://www.xerfi.com">www.xerfi.com</a></b>
e-mail	<a href="mailto:etudes@xerfi.fr">etudes@xerfi.fr</a>
Adresse	13-15 rue de Calais 75009 Paris
Téléphone	01 53 21 81 51
Fax	01 42 81 42 14

---

Le groupe **Xerfi**, leader français des études sur les secteurs et les entreprises, apporte aux décideurs les analyses indispensables pour surveiller l'évolution des marchés et de la concurrence, décrypter les stratégies et les performances des entreprises, en France comme à l'international. Le site **Xerfi.com** met ainsi en ligne le plus vaste catalogue d'études sur les secteurs et les entreprises.

Au sein du premier bureau d'études spécialisé en France, les experts sectoriels du groupe **Xerfi** sont animés d'une passion commune : traiter l'information avec une très grande rigueur intellectuelle, réaliser des analyses professionnelles au plus près des réalités de la vie économique, s'engager sur des conclusions rédigées avec l'ambition de la probité et de la qualité.

Pour atteindre ces objectifs, le groupe **Xerfi** s'est donné tous les moyens de l'indépendance : son capital est détenu par ses dirigeants, son développement repose pour l'essentiel sur l'édition des études réalisées à sa propre initiative, des méthodes de travail éprouvées, des règles déontologiques strictes.

Des milliers d'entreprises, comme tous les réseaux bancaires, les investisseurs et financiers, les leaders du conseil et de l'audit ont fait des études du groupe **Xerfi** l'outil indispensable pour appuyer leur réflexion.



<b>1. LES CONSÉQUENCES POUR L'ÉCONOMIE FRANÇAISE</b>	<b>4</b>
1.1. À RETENIR	5
1.2. LES MÉCANISMES DE TRANSMISSION DE LA CRISE	6
1.3. QUEL SCÉNARIO DE REPRISE ?	7
1.4. LE SCÉNARIO DE CROISSANCE DE XERFI ET LES INDICATEURS CLÉS	8
1.5. LES SECTEURS EN PREMIÈRE LIGNE	11
1.6. LES SECTEURS SUIVEURS ET RÉSILIENTS	12
<b>2. LES CONSÉQUENCES POUR LES SECTEURS DE LA COMMUNICATION ET DES MÉDIAS</b>	<b>13</b>
2.1. À RETENIR	14
2.2. L'IMPACT SUR LA DEMANDE	15
2.3. LA SEGMENTATION SECTORIELLE	17
2.3. LES CAPACITÉS DE RÉSISTANCE ET DE REBOND	178

# LES CONSÉQUENCES POUR L'ÉCONOMIE FRANÇAISE



## À RETENIR

1

La pandémie du coronavirus crée un choc d'ampleur inédite. Nous sommes passés d'un choc localisé, menaçant quelques chaînes d'approvisionnement, à un choc généralisé qui altère la dynamique de demande et de production de tous les pays de façon simultanée. Ce type de choc synchrone a une portée en termes d'effets multiplicateurs considérables à échelle mondiale. L'impact se compte en points de croissance, comme en 2008, notamment depuis la généralisation du confinement.

2

Nous faisons ici l'hypothèse que le confinement s'étirera sur 45 jours, ce qui constitue une hypothèse plutôt optimiste. Cette contrainte déstabilise massivement l'activité de nombreux secteurs de services, mais aussi de l'industrie (automobile, biens d'équipement, construction) qui se retrouvent à l'arrêt ou quasi-arrêt. Le choc produit selon nos hypothèses un décrochage de 3,3% du PIB en 2020, suivi d'un rebond de 3,0% en 2021.

3

L'économie ne retrouverait son niveau de fin 2019, qu'au quatrième trimestre 2021. Ce qui marque une altération de la croissance potentielle. L'arrière-plan d'instabilité financière et la trace longue que pourrait laisser le dévissage de l'activité sur la qualité des bilans des entreprises, de l'État et des banques, éloignent la perspective d'une récupération rapide en forme de V. Plus l'épisode se prolonge et plus la perspective d'un effacement rapide de la crise s'éloigne.

4

Face à un choc concentré et supposé transitoire, les entreprises ne devraient pas procéder à un ajustement massif de leurs capacités. En conséquence, ce sont les résultats d'exploitation et les trésoreries qui devraient absorber l'essentiel de la secousse à court terme. Les risques de redressement judiciaire et de dépôts de bilan sont particulièrement importants, parmi les PME de service notamment, en dépit des mesures de soutien public (chômage partiel, ajournement des dépenses fiscales et d'énergie, etc.).

5

Le choc d'activité sera massif dans certains secteurs de services qui ne sont pas usuellement les plus instables. Les secteurs des transports, de l'hôtellerie-restauration, des services aux ménages (récréatifs, loisir, soins, etc.) et du commerce spécialisé sont en première ligne. À cela s'ajoutent les industries exposées au dévissage du commerce mondial. On peut estimer que le tiers de l'économie pourrait se retrouver en situation sinistrée, avec des effets d'entraînement puissants sur 50% du PIB.

6

Outre les secteurs non marchands ou administrés, liés à la santé, l'action sociale, l'éducation, seules quelques activités marchandes devraient résister au tsunami, voire en profiter à court terme (la filière agricole et alimentaire, jusqu'au commerce de détail, la pharmacie et le secteur financier notamment).

## 1.2. LES MÉCANISMES DE TRANSMISSION DE LA CRISE

### D'un choc d'offre à un choc multicanal

En l'espace de quelques jours, la crise du COVID19 a pris une nouvelle dimension et profondément changé de nature et de portée au plan économique. Elle pouvait apparaître dans les premiers temps de la propagation du virus comme un choc asymétrique dont l'épicentre était en Asie (Chine, Corée), avec l'Italie comme foyer secondaire. Avec essentiellement des conséquences en matière de rupture d'approvisionnement et de ralentissement du commerce mondial. À mesure que la contagion atteignait la France et que les mesures de confinement s'étendaient, nous sommes passés à un choc généralisé qui altère la dynamique de demande et de production de tous les pays de façon simultanée. Les entreprises doivent désormais faire face à un choc de premier ordre qui peut mettre pour certaines en péril leur trésorerie et leur survie.

#### ■ Un choc « multicanal »

Effet choc d'offre	Effets directs dévastateurs du confinement sur le transport, le tourisme, l'hôtellerie-restauration, les activités récréatives, le commerce spécialisé, les industries à l'arrêt (automobile, équipement, construction)	Fort impact direct sur l'emploi précaire, CDD courts (secteurs à très forte réactivité de l'emploi)
	Possibilités de distribution très restreintes concernant le commerce spécialisé, hormis le circuit du e-commerce	Conséquences massives tout au long des filières de production de biens durables
	Très brutale dégradation des marges et de la trésorerie, hausse des faillites	Le choc va peser principalement à court terme sur le compte d'exploitation des entreprises
	Restriction de l'offre de travail liée aux mesures de confinement et de quarantaine	Effet qui n'est que partiellement compensé par le télétravail
	Rupture des chaînes d'approvisionnement en amont + restriction du fret	Effet prix collatéral sur certains composants Hausse des prix du fret
	Accès restreint à certains biens d'équipement	Effet peu prégnant à court terme et non pertinent à long terme.
Effet choc de demande	Gel de l'investissement et des embauches, hausse du chômage (partiel ou non)	Les secteurs les plus exposés au confinement, sont des secteurs de service (ce qui est atypique), à ajustement rapide de l'emploi. Le chômage partiel ne pourra absorber tout le choc
	Ajournement forcé de toutes les dépenses de consommations de biens et services non distribués (45% de la consommation). Effet diffus sur la confiance des ménages à plus long terme	Hausse massive et forcée du taux d'épargne
	Ralentissement de la demande mondiale (circuit exportations)	Effet puissant du multiplicateur du commerce international
Effet mixte	Impact sur la production des filiales étrangères des groupes français	Effet diffus sur l'économie domestique de la dégradation des comptes consolidés des groupes nationaux et étrangers implantés en France (50% de l'emploi marchand résident).

## 1.3. QUEL SCÉNARIO DE REPRISE ?

**Quelle résilience pour le secteur financier ?**

Le choc du COVID 19 et des mesures de confinement qui s'imposent est d'une ampleur inédite dans une période de paix. Simultané, dans toutes les régions du monde, il comporte des effets multiplicateurs sur le commerce international d'une ampleur redoutable. Un choc d'une telle brutalité interroge nécessairement sur la résilience du secteur financier. Une défaillance des institutions financières créerait des effets de second tour extrêmement aggravants. La chute des bourses, que l'on observe dès à présent, ne fragilise que les intermédiaires financiers qui portent ce risque directement, en compte propre. L'industrie du capital investissement est en revanche très exposée à court terme. Les banques, pour leur part, ne sont que très indirectement exposées. Les fonds de gestion dont elles sont actionnaires ne gèrent ce risque que pour le compte de clients. Elles sont en revanche plus directement impactées par l'inversion de la courbe des taux, qui consume leurs marges d'intérêt et par la montée à terme des créances douteuses à leur actif, liée à la forte augmentation du risque de faillite des entreprises sur lesquelles elles sont exposées.

**Un scénario de reprise en V reste possible**

Face à la gravité de ce choc, aux risques de faillites en chaîne dans le secteur privé, à la dégradation induite des bilans bancaires, à l'effet de freinage que produira l'effort de restauration des trésoreries et des comptes publics et aux changements durables de comportement de mobilité, le scénario en V reste encore possible, mais il est très fragilisé si les mesures de confinement s'étirent jusqu'à l'été. Il sera mécaniquement puissant au troisième trimestre, si les mesures de confinement ne durent pas plus de 45 jours (selon notre hypothèse médiane) mais il risque d'être insuffisant pour compenser l'activité perdue, compte tenu de l'arrière-plan financier qui pourrait créer un effet de « longue traîne ». Les enveloppes de soutien public et monétaire risquent rapidement de se révéler insuffisante compte tenu de l'ampleur et du risque d'étirement de l'arrêt de l'activité qui touche de plein fouet plus d'un tiers de l'économie, et dont le périmètre pourrait encore s'étendre.

**■ Un scénario en V n'est pas certain**

Rebond possible à la fin du confinement	Mais risque de crise à double détente, comme en 2008	
Restauration de la Bourse	Risque de surajustement à la hausse sur les prix des matières premières et les produits de base, compte tenu de la destruction des capacités	Fragilité de la sphère financière à surveiller
Restockage		Les banques peuvent bénéficier d'un effet d'aubaine à court terme grâce à la hausse des opérations de crédits de trésorerie aux entreprises (si la crise est limitée dans le temps)
Rattrapage de la demande différée	Effort prolongé de <b>reconstitution de trésoreries</b> , qui freinera au-delà du pic d'épidémie les embauches et l'investissement	Mais risque de restriction du crédit lié à la restauration des ratios de risque ou de liquidité momentanément assouplis
Diminution du taux d'épargne		
Contexte prolongé de faiblesse des taux d'intérêt et de l'inflation	Efforts de consolidation des finances publiques, sur fond de forte dégradation des comptes de l'État	

## 1.4. LE SCÉNARIO DE CROISSANCE DE XERFI ET LES INDICATEURS CLÉS

### Un premier scénario médian de croissance

La pandémie du Coronavirus crée une situation d'incertitude économique radicale. Il serait très prématuré de prétendre faire une prévision à ce stade de la crise. **Nous proposons dès lors un scénario médian de croissance (-3,3% en 2020, +3,0% en 2021)**, sur lequel les risques d'erreur sont évidemment extrêmes. Ce scénario suppose un dévissage cumulé de l'activité de l'ordre de 10% aux premier et deuxième trimestres. En dépit de l'incertitude qui entoure ce chiffrage, il nous paraît prudent d'intégrer au minimum ce contexte macro-économique dégradé comme base de l'évaluation de la dynamique des marchés et des risques induits sur l'activité des entreprises dans les trimestres à venir. Ce scénario médian sera sujet à de multiples révisions, au fur et à mesure que l'information se précisera. Il est possible qu'à ce stade, il sous-estime le lissage induit par l'inertie des décaissements. L'instabilité infra-annuelle de l'activité est en effet d'une ampleur inédite. Mais compte tenu d'une certaine stabilité sous-jacente de l'emploi (en baisse amortie par l'extension du dispositif de chômage partiel) et des revenus des ménages, notamment du fait du ralentissement de l'inflation et des dispositifs budgétaires et monétaires destinés à préserver les capacités, il existe une puissante force de rappel (technique) pour faire revenir rapidement l'économie dans son couloir de croissance de moyen terme.

### Baisse de la trésorerie et hausse de l'épargne : un double à-coup de grande ampleur

Cette dualité inédite entre la dynamique du revenu des ménages et l'effondrement de l'offre et de la consommation, liée au contingentement de la force travail et aux restrictions forcées de l'accès à certains biens et services, crée deux à-coups simultanés d'une ampleur considérable : **l'un à la baisse sur les marges et la trésorerie des entreprises**, et par ricochet sur les comptes de l'État, qui temporise le choc par des transferts ; **l'autre à la hausse sur le taux d'épargne des ménages**, qui sont dans l'impossibilité réglementaire et fonctionnelle de dépenser leur revenu. Pour prendre la mesure de l'ampleur de ce choc et de l'incroyable instabilité créée sur les profils infra-annuels, il suffit de regarder la part des dépenses de consommation qui est tout ou partie bloquée par le confinement. Cette part est de l'ordre de 45%. Si ce blocage s'étire sur un mois dans un trimestre, cela signifie une contribution de -15 points à la croissance trimestrielle de la consommation. Cela aide à comprendre le profil, en première approche insensé, des variations trimestrielles du compte qui est présenté.

### Une récupération en forme de V encore intégrée dans notre scénario

Cette projection médiane, intègre largement la possibilité d'une récupération en forme de V de l'économie. Néanmoins, le choc étant largement centré sur les services, une partie des dépenses perdues n'est pas récupérable, hormis quelques effets de *rush* à la sortie du confinement. De surcroît, la montée des dettes bancaires, l'allongement des délais de paiement pour les PME, la dégradation inévitable de la trésorerie des entreprises et la forte dégradation des comptes publics invitent à la prudence sur le potentiel de récupération rapide et sans séquelles de l'économie à moyen terme. L'investissement pourrait être assez fortement pénalisé, ainsi que la construction, qui était déjà en phase de ralentissement. Certains secteurs à cycle long de production, comme l'aéronautique ou le ferroviaire, pourraient également mettre en cause leurs plans de charge compte tenu de la dégradation de la situation financière des transporteurs. L'automobile pourrait porter également longtemps la trace du choc alors que son modèle est déjà en plein doute, ce qui pourrait accélérer la décline et la concentration des capacités.



Le scénario de rebond reste aussi prudent compte tenu de l'hétérogénéité des durées de résolution de la crise selon les différentes régions du monde. Il existe notamment de gros doutes, sur la capacité d'endiguement de l'épidémie sur le continent américain, et dans de nombreux pays en développement.

### ■ Structure de la consommation des ménages

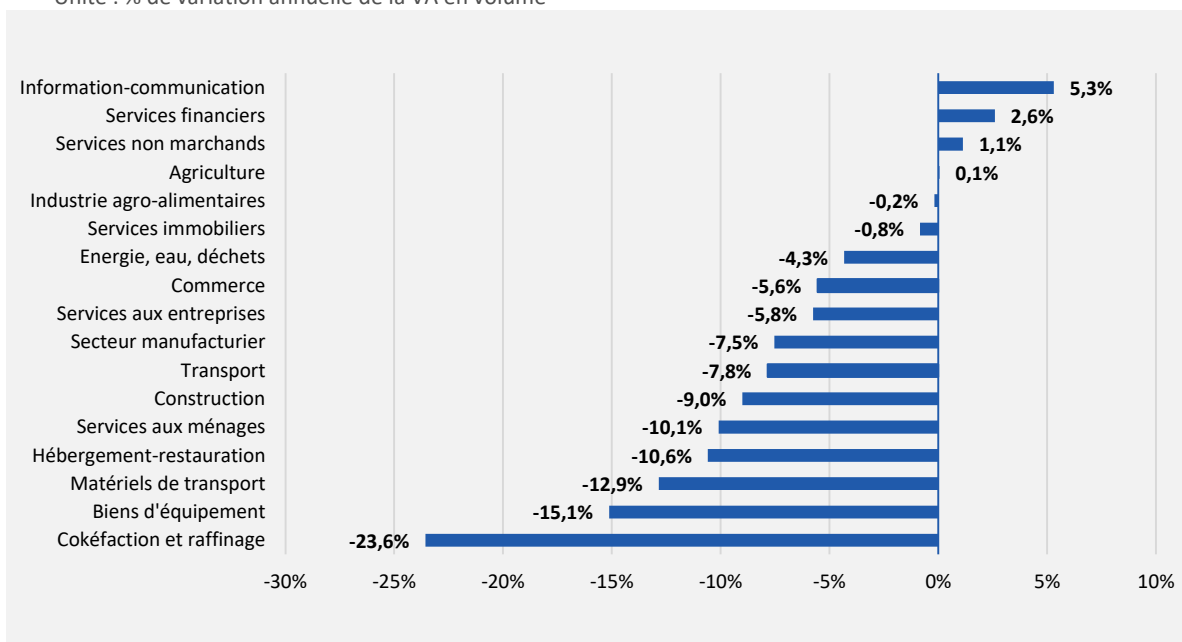
Unités : part en % de la consommation des ménages

Biens et services contingentés par le confinement ou non accessibles		Biens et services accessibles	
Articles d'habillement et chaussures	3,6	Produits alimentaires et boissons non alcoolisées	13,1
Entretien et réparation du logement	1,6	Boissons alcoolisées, tabac et stupéfiants	3,7
Meubles, articles d'ameublement, etc.	1,4	Loyers d'habitation effectifs	4,6
Articles de ménage en textiles	0,3	Loyers d'habitation imputés	14,4
Appareils ménagers	0,8	Alimentation en eau et services liés au logement	1,4
Verrerie, vaisselle et ustensiles de ménage	0,6	Électricité, gaz et autres combustibles	4,3
Outillage et autre matériel pour la maison et le jardin	0,4	Biens et services pour l'entretien courant du foyer	1,1
Transports	14,1	Santé	4,0
Matériel de téléphonie et de télécopie	0,4	Services postaux	0,1
Loisirs et culture	7,9	Services de téléphonie et de télécopie	1,9
Restaurants et hôtels	7,6	Enseignement	0,5
Soins corporels	2,5	Protection sociale	2,0
Autres services	1,2	Assurance	4,2
Effets personnels nca	1,0	Services financiers nca	1,2
<b>Total contingenté</b>	<b>43,5</b>	<b>Total accessible</b>	<b>56,5</b>

Traitement Xerfi / Source : Eurostat

### ■ Projection de croissance de valeur ajoutée en volume des grands secteurs de l'économie

Unité : % de variation annuelle de la VA en volume



Traitement et projections Xerfi / Source : INSEE

■ PIB et compte emploi-ressource : scénario médian au 22/03/2020, bâti sur l'hypothèse d'un confinement de 45 jours

France	2018	2018	2019	2020	2021	T1 19	T2 19	T3 19	T4 19	T1 20	T2 20	T3 20	T3 20	T1 21	T2 21	T3 21	T4 21
PIB	100%	1,7	1,3	-3,3	3,0	0,3	0,4	0,3	-0,1	-2,0	-6,9	7,7	0,2	0,3	0,5	0,4	0,3
Consommation	54%	0,9	1,2	-3,5	6,9	0,4	0,2	0,4	0,3	-4,0	-11,0	18,0	1,0	0,2	0,4	0,4	0,4
Cons. Publique	24%	0,8	1,3	1,6	0,9	0,2	0,4	0,5	0,5	0,3	0,5	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2
Investissement	23%	2,8	3,6	-8,0	3,9	0,5	1,4	1,3	0,2	-5,1	-17,0	21,7	0,4	-0,4	-0,6	-0,6	-0,6
Construction	12%	2,1	3,2	-7,5	3,6	0,4	1,7	0,9	0,2	-5,0	-17,0	22,0	-0,2	-0,5	-0,5	-0,5	-0,5
Équipement	5%	2,1	3,6	-10,0	4,4	1,4	0,9	1,2	-0,4	-5,5	-19,0	21,0	2,0	0,0	-0,7	-0,7	-0,7
Stocks	* 1%	-0,3	-0,4	-0,4	0,5	0,3	-0,2	-0,1	-0,5	-0,1	-0,4	0,9	0,2	0,0	0,0	0,0	0,0
Exportations	32%	3,5	1,9	-7,4	2,2	0,3	-0,2	-0,3	0,0	0,1	-6,0	-5,0	-2,0	3,0	4,0	3,0	2,0
Importations	33%	1,2	2,2	-8,4	9,2	1,3	-0,2	0,4	-0,4	-4,1	-15,6	17,4	0,4	1,8	2,5	1,9	1,4
Commerce extérieur	* -1%	0,7	-0,1	0,4	-2,2	-0,3	0,0	-0,3	0,1	1,4	3,2	-6,8	-0,7	0,3	0,4	0,3	0,2
Balance courante	**	-15	-19	-15	-40	-5	-6	-6	-1,9	-1	7	-10	-12	-11	-10	-9	-9
Bal. courante (% PIB)		-0,6	-0,8	-0,6	-1,7												
Emploi		1,2	1,0	-0,7	-0,2	0,3	0,3	0,2	0,2	-0,2	-0,8	-0,5	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
Taux de chômage		9,0	8,5	9,6	10,5	8,6	8,5	8,5	8,2	8,6	9,5	10,1	10,2	10,3	10,5	10,6	10,7
Salaires	***	1,5	1,7	1,6	1,3	0,5	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3
Inflation		1,8	1,1	-0,1	0,7	0,1	0,4	0,3	0,2	0,1	-1,1	0,0	0,3	0,2	0,2	0,5	0,5
Solde sect. public	**	-59	-77	-162	-78												
Solde sect. public (% PIB)		-2,5	-3,2	-6,9	-3,2												
Dette publique (% PIB)		98	101	112	108												
PIB nominal	**	2 354	2 420	2 331	2 413												

Variation d'une période sur l'autre, sauf indication contraire : \* contribution à la croissance du PIB

\*\* mds d'euros

\*\*\* salaire horaire

Traitement et projections Xerfi / Source : INSEE

## 1.5. LES SECTEURS EN PREMIÈRE LIGNE

### ■ Les secteurs en première ligne

Secteurs	Poids dans le PIB	Croissance 2020 et 2021		Commentaires
<b>Ce sont les secteurs les plus directement et massivement impactés par les mesures de confinement</b> , soit qu'ils soient mis à l'arrêt quasi-intégral, soit qu'ils soient très fortement exposés au dévissage du commerce international. Ce second facteur peut étirer la crise dans le temps, compte tenu des décalages géographiques dans la diffusion de la pandémie et de ses effets paralysant sur l'offre et la demande.				
<b>1- Services liés à la mobilité et / ou engageant une socialisation</b>	<b>20,8%</b>	<b>-7,3%</b>	<b>+11,0%</b>	<p>Ces services sont en première ligne. Ils pourraient perdre en moyenne plus de 60% d'activité entre mi-mars et fin avril et -16% entre le second semestre 2019 et le premier semestre de 2020.</p> <p>Certains secteurs ont peu d'effets d'entraînement (les services aux ménages notamment, l'hôtellerie). La fermeture des magasins spécialisés ou des bars et restaurants bloque en revanche des composantes de la chaîne de production amont, avec de très forts effets collatéraux sur toute la chaîne d'approvisionnement. Sur ces secteurs à très fort BFR, le risque de faillite est considérable.</p>
<i>Hébergement et restauration</i>	2,8%	-10,6%	+13,4%	
<i>Transport</i>	4,4%	-7,8%	+13,2%	
<i>Commerce</i>	10,7%	-5,6%	9,4%	
<i>Services aux personnes / activités récréatives, soins, loisirs, culture etc.</i>	2,9%	-10,1%	11,8%	
<b>2- Les industries (y compris la construction) à l'arrêt et/ou très fortement exposées au commerce international</b>	<b>8,2%</b>	<b>-10,7%</b>	<b>5,6%</b>	<p>Ces secteurs de l'industrie et de la construction, ont un puissant pouvoir d'entraînement sur le reste de l'économie marchande. Ces secteurs, qui amplifient traditionnellement le cycle économique, sont pour une large part techniquement à l'arrêt du fait des retombées de la politique de confinement. L'accord du 22 mars entre Le gouvernement et les fédérations du bâtiment et travaux publics devrait néanmoins permettre de maintenir la continuité de certains chantiers, mais à marche ralentie.</p>
<i>Matériel de transport</i>	1,3%	-12,9%	-1,4%	
<i>Biens d'équipement</i>	1,5%	-15,1%	1,0%	
<i>Construction</i>	5,5%	-9,0%	8,3%	

## 1.6. LES SECTEURS SUIVEURS ET RÉILIENTS

## ■ Les secteurs suiveurs, entraînés dans la baisse générale de l'activité

Secteurs	Poids PIB	Croissance 2020 et 2021		Commentaires
Ces secteurs, qui occupent des maillons clés des chaînes de valeur industrielles ou de la construction, amplifient traditionnellement le cycle économique (le PIB). Ils doivent se préparer à une récession sévère d'autant que la fermeture des commerces spécialisés bloque l'écoulement de la production après des ménages en aval. Ils auront dès lors très largement recours au chômage partiel.				
3- Les industries et services en amont ou aval des chaînes de valeur	21,8%	-6,0%	0,2%	Tous ces secteurs, ne seront pas confrontés aux mêmes périls. Certains métiers, du fait de leur spécificité ou d'éléments liés à leur modèle d'affaires et de facturation, amortissent le choc, à l'instar de certains SAE (services de sécurité et nettoyage, de comptabilité, services d'analyse, essais et inspections techniques ou services juridiques), l'énergie, les réseaux d'eau potable et d'assainissement, la collecte et le traitement des déchets, la pharmacie. D'autres prennent le choc de plein fouet : intérim, ingénierie, conseil, restauration collective, événementiel, matériaux, etc.
Services aux entreprises	14,1%	-5,8%	-0,6%	
Les autres industries (hors IAA)	5,4%	-7,1%	2,1%	
Utilities, secteurs de l'énergie et de l'environnement	2,3%	-4,3%	-0,1%	

## ■ Les secteurs résilients ou contra-cycliques, stabilisant à court terme

Secteurs	Poids PIB	Croissance 2020 et 2021		Commentaires
Ces secteurs sont stabilisants. Soit par convention comptable : leur valeur ajoutée est estimée sur la base des coûts engagés (services administrés, santé, éducation) ou estimée de façon conventionnelle (à l'exemple des loyers fictifs imputés des ménages propriétaires). Soit parce que leur activité est stimulée par le contexte de crise à brève échéance : télécommunications, certaines opérations bancaires, IAA, etc.				
4- Services administrés et secteurs contra-cycliques	49,1%	1,2%	1,0%	Même si certains des services administrés sont à l'arrêt (éducation ou certains guichets publics par exemple), ils continuent à contribuer positivement à la croissance. La mobilisation de moyens supplémentaires sur la santé peut marginalement accroître l'activité dans ce secteur.  Du côté de la sphère marchande, quelques rares segments bénéficient de la crise : la branche communication dopée par le confinement et le télétravail, de même que la part des IAA, qui s'adresse au circuit du commerce de détail.  Certains segments n'en sont pas moins négativement impactés (les médias, du fait de la chute des recettes publicitaires, les activités Foodservice des IAA, destinées à la restauration, l'activité des agences immobilières, du fait du gel des transactions dans l'ancien etc.)
Les services administrés	22,1%	1,1%	0,1%	
La filière alimentaire	3,7%	-0,1%	0,2%	
Les services financiers	4,5%	2,6%	2,2%	
Services immobiliers	12,4%	-5,4%	0,7%	
Information et télécommunication	0,6%	5,3%	2,1%	

# LES CONSÉQUENCES POUR LES SECTEURS DE LA COMMUNICATION ET DES MÉDIAS

Les services de communication et de médias comprennent les codes NAF suivant de l'INSEE :

- 58.1 : Edition de livres et périodiques
- 59 : Production de films cinématographiques, de vidéos et de programmes de télévision, l'enregistrement sonore et l'édition musicale
- 60 : Programmation et la diffusion de chaînes de radio et de télévision
- 61 : Télécommunications
- 73 : Publicité et études de marché

Notre analyse concerne également les produits/services, secteurs, typologies d'acteurs ou marchés suivants :

- |  |  |   |
|--|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Agences de communication événementielle</li> <li>• Agences de publicité et de communication</li> <li>• Agences médias</li> <li>• Annonces sur Internet</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Foires et salons</li> <li>• Éditeurs de contenus mobiles</li> <li>• Imprimerie et activités graphiques</li> <li>• Marketing digital</li> <li>• Médias jeunesse</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Jeu vidéo</li> <li>• Publicité locale</li> <li>• Publicité par l'objet</li> <li>• Publicité sur lieu de vente</li> <li>• Régies publicitaires</li> </ul> |
|--|--|---|



## À RETENIR

1

Le secteur de l'information et de la communication se caractérise par une forte résilience. Certes, le chiffre d'affaires du macro-secteur ralentira, et fortement, mais il ne baissera pas (+0,5% en 2020 selon nos premières estimations). La demande en services de télécommunications (qui pèse pour l'essentiel du secteur) sera fortement stimulée par la période de confinement et la généralisation du télétravail.

2

La dynamique macro-sectorielle ne doit toutefois pas cacher de fortes disparités selon les segments. La vitalité des télécommunications éclipse des secteurs aux perspectives dégradées (médias dépendants de la publicité comme la télévision, la radio ou la presse écrite) et même totalement à l'arrêt (événementiel, salons professionnels, cinéma, affichage).

3

Le développement du télétravail a entraîné une forte augmentation de la demande en clés 4G, solutions VPN de sécurisation des connexions d'entreprises, etc. Une aubaine à court terme pour les opérateurs télécoms.

4

Les métiers du divertissement tireront aussi leur épingle du jeu. Il s'agit par exemple de la télévision par abonnement, des offres de *streaming* ou des jeux vidéo. Ces secteurs profiteront notamment du nécessaire besoin de se divertir pendant la période de confinement des populations.

5

Dans le domaine de la télévision gratuite, et plus généralement de l'ensemble des médias dont le modèle économique repose sur les revenus publicitaires, les perspectives se dégradent. Les entreprises couperont dans leurs dépenses de communication (-5% en 2020). Le marketing représente en effet aux yeux des donneurs d'ordres une variable d'ajustement pour préserver leur trésorerie.

6

L'événementiel et l'exploitation de cinémas seront très affectées par les mesures de confinement. Une activité zéro ou presque pendant 45 jours (c'est-à-dire 12% de l'année) est une hypothèse de base. Le choc sera d'autant plus rude qu'il intervient à un pic saisonnier d'activité pour les organisateurs de salons et conférences professionnelles.

### Les services télécoms profitent du confinement et du télétravail

La crise sanitaire du Covid-19 donnera lieu à un coup d'accélérateur à l'activité des télécommunications. Après plusieurs années moroses caractérisées par la guerre des prix, la demande explosera avec la généralisation des pratiques de télétravail et le confinement de la population. Faire face au surplus des connexions et à un possible engorgement du réseau sera néanmoins la principale préoccupation des opérateurs télécoms. Ils ont notamment demandé à YouTube et Netflix de dégrader la qualité des vidéos afin d'assurer la qualité du débit pour l'ensemble de la population. Le prochain défi sera le lancement de Disney+ (le 24 mars) à travers toute l'Europe. Malgré la demande de la Commission européenne de reporter le coup d'envoi de la nouvelle plateforme de vidéo à la demande, le géant américain du divertissement a refusé. Frappé de plein fouet par la fermeture de ses parcs d'attraction et des salles de cinéma, Disney ne peut pas faire l'impasse sur des revenus importants à court terme.

### Les médias face au gel des dépenses publicitaires pour plusieurs trimestres

Le confinement sera aussi une opportunité pour les chaînes de télévision payante (hors acteurs spécialisés dans le sport), les plateformes de *streaming* audio et vidéo ainsi que les téléchargements de jeux vidéo. Signe de cette tendance, la durée d'écoute de la télévision a progressé d'environ 1 heure aux premiers jours du confinement. En dépit de l'augmentation de la consommation des médias, les annonceurs hésiteront à dépenser ce qui pourrait être perdu en raison de l'absence de consommateurs dans les magasins ou des difficultés de la chaîne d'approvisionnement. Au-delà, la suppression de l'Euro en juin et possiblement des Jeux Olympiques en août (qui constituent les deux principaux moments pour le déploiement de campagnes de communication) seront un coup dur pour les revenus des chaînes de télévision gratuite.

À moyen terme, l'assèchement des investissements de communication mettra à mal une filière de la publicité et du marketing qui était déjà soumise à un fort ralentissement en raison de l'encadrement plus strict de l'utilisation des données personnelles. Premier poste de dépenses restreint en période de crise, les dépenses de communication devraient diminuer de 5% en 2020.

### L'événementiel, l'affichage et le cinéma à l'arrêt

Parmi les secteurs frappés par la crise sanitaire, les salons professionnels ont connu un coup d'arrêt brutal dès février 2020. Au 19 mars, le manque à gagner lié à l'impossibilité d'organiser des événements de plus de 1 000 personnes était estimé à près de 500 M€ par le syndicat professionnel. Malgré un plan d'aide annoncé par le gouvernement, les faillites devraient se multiplier pour les petites structures. Quant aux plus grands événements, ils pourront être reportés dans la majorité des cas, avec un nombre néanmoins réduit d'exposants.

L'affichage sera aussi une des principales victimes de la crise. La fermeture des centres commerciaux et des aéroports entraîneront l'annulation de nombreuses campagnes. Quant à l'industrie du cinéma, l'absence de recettes pendant une période de 45 jours (durée du confinement en France retenue comme hypothèse par Xerfi) ne pourra être compensée. Aucun effet rebond ou report n'est à envisager. D'autant que l'été est une période relativement creuse pour les salles de cinéma.

Principaux moteurs de la demande des entreprises de la communication et des médias	Commentaires
<b>Adaptation des ménages aux mesures de confinement</b>	Dans la période de confinement, les ménages ont réorienté leurs dépenses. Les téléchargements de jeux vidéo, les abonnements à la télévision payante et aux offres de <i>streaming</i> devraient grimper en flèche.
<b>Adaptation des entreprises au télétravail</b>	La mise en place du télétravail, généralisé au sein des entreprises, ou de la formation à distance dans les établissements d'enseignement, a stimulé la demande en services de télécommunications. L'achat de clés 4G mises à disposition du personnel ou le déploiement de solutions VPN afin de garantir la cybersécurité des échanges ont été des moteurs à l'activité des opérateurs télécoms.
<b>Investissement des entreprises</b>	Les entreprises vont donner la priorité à la préservation de leur trésorerie (ne plus avoir de <i>cash</i> c'est être acculé à la faillite) et réduire leurs investissements de plus de 7% en 2020. Elles sacrifieront alors inéluctablement les dépenses de communication, facilement ajustables.



## 2.3. LA SEGMENTATION SECTORIELLE

**Une crise aux effets variables**

La crise sanitaire du Covid-19 puis la période post-crise auront des effets inégaux sur les secteurs de la communication et des médias compte tenu de leur extrême hétérogénéité. Avant d'évaluer la capacité de résistance et de rebond du macro-secteur, il convient donc de bien différencier les trois grandes catégories de secteurs.

**■ Typologie des secteurs de la communication et des médias face à la crise sanitaire**

Les secteurs « gagnants »	Les secteurs « dépendants de la publicité° »	Les secteurs « sous le choc »
<b>Exemples</b>  Télécommunications  Plateformes de <i>streaming</i> audio et vidéo Industrie des jeux vidéo Télévision par abonnement	<b>Exemples</b>  Télévision gratuite Presse Radio PLV Publicité digitale	<b>Exemples</b>  Événementiel (salon, conférences, etc.) Cinéma Affichage
<b>Principales caractéristiques</b>  – Hausse ponctuelle de la demande en raison de la généralisation des pratiques de télétravail et de la période de confinement	<b>Principaux moteurs</b>  – Regain d'audience pendant la période de confinement de la part de population à la recherche de divertissements – Report des campagnes de la part des annonceurs en raison de l'absence des grands événements sportifs et de l'absence d'intérêt de communiquer auprès de consommateurs appelés à rester à la maison – Risque de forte baisse des investissements publicitaires, priorités données au rétablissement des trésoreries et des marges par les entreprises	<b>Principales caractéristiques</b>  – Arrêt brutal de la demande et des recettes pendant toute la période de confinement – Report difficile des campagnes et des recettes

Source : Xerfi

## 2.4. LES CAPACITÉS DE RÉSISTANCE ET DE REBOND

### ■ Evaluer la capacité de résistance et de rebond des entreprises du macro-secteur de la communication et des médias

Méthodologie : chaque critère est noté de 1 à 4, 1 indiquant une faiblesse et 4 une force/capacité importante

Critères d'évaluation	Scoring	Commentaires
<b>Santé (économique et financière) des entreprises <u>avant la crise</u></b>	2	Outre de fortes pressions déflationnistes, l'activité des secteurs de la communication et des médias étaient déjà mal orientée au cours des derniers trimestres, en particulier pour les métiers dépendant des dépenses publicitaires. Par ailleurs, de nombreux acteurs ont entrepris des plans de transformation afin de s'adapter au nouveau paradigme du <i>data marketing</i> . Des investissements qui ont fait exploser le taux d'endettement...
<b>Degré de continuité de l'activité <u>pendant la crise</u></b>	3	Après l'événementiel, à l'arrêt dès février, les cinémas et l'affichage ont été touchés de plein fouet par la période de confinement. Alors que de nombreux tournages sont mis entre parenthèses, perturbant les grilles de programme des chaînes TV, les régies publicitaires peuvent fonctionner en télétravail. Les sites de <i>streaming</i> et les jeux vidéo, eux, sont dématérialisés et profiteront donc de la période de confinement. Quant aux services de télécommunications, ils constituent un secteur stratégique pour le pays (plans de continuation de l'activité).
<b>Importance des effets de rattrapage <u>post-crise</u></b>	1	Une fois la crise sanitaire passée, les entreprises clientes tailleront dans leurs dépenses de fonctionnement et d'investissement pour sauvegarder leur trésorerie. Les dépenses de communication jugées « non essentielles » mettront plusieurs trimestres à repartir de l'avant. Les pressions déflationnistes vont également redoubler de la part des donneurs d'ordres.
<b>Opportunités de croissance <u>liées à la crise ou post-crise</u></b>	3	Des défaillances sont à prévoir, pouvant faire naître des opportunités de rachats et de consolidation pour les acteurs les plus solides. JCDecaux réfléchit déjà à racheter l'activité en Chine de son concurrent Clear Channel. Dans la publicité, la course à l'innovation devrait rapidement reprendre. Toutefois, les capacités financières seront entamées. Une opportunité pour les acteurs aux reins les plus solides avant la crise : Google et Facebook ?
<b>Synthèse</b>	—	Dans les médias, le plus difficile est à venir. La baisse des investissements de communication devrait s'amplifier jusqu'à la fin du second semestre 2020. Les entreprises donnant la priorité à la reconstitution de leur trésorerie. 2021 reste difficile à prévoir : un scénario macro-économique de reprise en « V » demeure possible sur certains segments, mais un scénario en « L » est de plus en plus probable... Des secteurs vont néanmoins se montrer plus résilients face à la crise à l'instar des télécommunications qui pourraient même bénéficier d'opportunités d'affaires à court terme.

Source : Xerfi