



Après la crise

Comment la COVID transformera l'économie et perturbera toutes les entreprises

John Stackhouse

Le 22 mai 2020

S'il y a une leçon à tirer de la pandémie de 2020, c'est que même en cette ère numérique, nous demeurons des êtres biologiques. Nous avons appris que malgré toutes les technologies dont nous disposons, nous ne pouvons pas échapper à la nature. D'une part, cette crise est une bonne leçon d'humilité. D'autre part, elle devrait nous rappeler que même une puissante secousse à l'échelle planétaire ne saurait contrarier la progression de la quatrième révolution industrielle. Au contraire, nous sortons de cette crise avec une volonté encore plus grande d'exploiter les technologies intelligentes, les nouvelles formes de renseignement et les vastes réservoirs de données pour transformer à peu près tout ce que nous faisons. La COVID n'a donc pas anéanti l'avenir. Elle l'a simplement avancé.

À court terme, la reprise économique ne sera pas aussi rapide que les changements de consommation et sociaux qui frappent toutes les entreprises et toutes les collectivités. Le tissu cicatriciel mettra du temps à guérir. Nous nous attendons à ce que l'économie canadienne, c'est-à-dire le PIB, fléchisse de 7,1 % en 2020 à cause de la stagnation du commerce international, du chômage invariablement élevé et du confinement des consommateurs. Même si les provinces autorisent la réouverture d'entreprises, de groupes communautaires et, plus tard, d'écoles, une nervosité sourde entraînera une pause collective de l'économie. Partout, les gens accorderont une nouvelle priorité à la sécurité du revenu et à la protection de la santé.

Cette nouvelle ère d'insécurité n'aura pas pour unique effet d'imprégner la psyché des Canadiens. Nous estimons que même en connaissant une reprise modeste, l'économie canadienne évoluera en deçà des niveaux antérieurs au coronavirus jusqu'en 2022, et que la perte combinée de production économique pour le Canada pourrait dépasser les 1 000 milliards de dollars. Ce revers freine déjà les investisseurs et les entrepreneurs, et pourrait également donner à réfléchir aux dirigeants gouvernementaux qui distribuent des sommes sans précédent dans le but de relancer une économie qui pourrait peiner à redémarrer. Notre suivi régulier des propriétaires de petites et moyennes entreprises montre que la prudence est généralisée : les trois quarts ont fermé leurs portes, en partie ou en totalité, et le tiers a licencié du personnel. Plus inquiétant encore, un quart d'entre eux craignent de ne pouvoir passer à travers la crise. Et si un Canadien sur cinq a l'impression de « sombrer » économiquement, les propriétaires de petite entreprise sont deux fois plus nombreux à partager ce sentiment.

Il est difficile de savoir qui sera le premier à braver la tempête, mais c'est dans de telles circonstances que les occasions abondent. Certes, le nouveau coronavirus de 2019 a déclenché une récession mondiale massive, mais il déclenche également des vagues d'innovation provoquées par les changements que nous apportons tous à nos façons de travailler, d'acheter, de manger et de voyager. Des sociétés, anciennes et nouvelles, qui observent ce changement soudain du comportement humain, commencent à prendre de l'expansion.

Dans le présent rapport, nous examinons huit grandes tendances en cours dans le monde et mettons en évidence les possibilités qui s'offrent aux exploitants d'entreprise, aux investisseurs et aux innovateurs avisés. Nous savons tous à quel point nos vies ont changé et à quel point les probabilités que nous revenions à nos anciennes habitudes sont faibles. Nous serons plus prudents, mais nous serons peut-être aussi plus créatifs. Comme l'histoire se plaît à nous le rappeler, toute situation sans précédent s'accompagne d'occasions sans précédent.

1

Comment nous travaillons

Moins de bureaux, moins de papier, plus grande productivité

Ce que nous observons

- Le nombre de Canadiens travaillant à domicile a augmenté de près de cinq millions (environ 40 % de la population active). Les travailleurs à domicile sont généralement très instruits et concentrés dans les domaines de la finance, de l'immobilier, des services professionnels, de la gestion, du commerce de gros et des technologies de l'information¹.
- Dans une proportion de 75 %, les Canadiens préféreraient travailler à domicile un peu ou beaucoup plus souvent une fois les restrictions assouplies².
- Aux États-Unis, 37 % des emplois pourraient être exercés à domicile. Avant la pandémie, seulement 4 % des Américains travaillaient à domicile³.
- Tant qu'il n'y a pas de vaccin, 57 % des Canadiens ne veulent pas se présenter à une réunion d'affaires⁴.

Conséquences

- La technologie distribuée et la sécurité seront des avantages concurrentiels. Le télétravail sera très dépendant de la technologie et nécessitera des outils de collaboration mobile et de conférence virtuelle.
- Les employeurs devront concevoir de nouvelles façons de gérer une main-d'œuvre distribuée, y compris en ce qui concerne les employés qui n'ont pas les outils, l'espace ou l'aisance nécessaires pour travailler activement à domicile.
- Les employeurs et les propriétaires de bureaux devront investir massivement dans l'équipement de protection individuelle en milieu de travail et le réaménagement des bureaux.



En hausse

- Outils technologiques de collaboration à distance. Vidéoconférences, tableaux blancs numériques, plateformes de communication/clavardage.
- Technologies pour la maison/le bureau. Haut-parleurs intelligents, cafetières, appareils de conditionnement physique.
- Fournisseurs de services flexibles et de services de proximité. Garde d'enfants, nettoyage, livraison de café.



En baisse

- Conférences
- Aires de travail partagées.
- Fournisseurs de matériel de bureau. Location de photocopieurs, papier.



2 Comment nous achetons

Plus de livraisons, plus de produits locaux, plus cher

Ce que nous observons

- Près de trois Canadiens sur dix se procurent présentement en ligne des articles qu'ils auraient normalement achetés en magasin⁵.
- Une proportion de 70 % des Américains prévoit éviter certains endroits publics une fois les mesures de confinement assouplies.
 - Plus de la moitié d'entre eux s'abstiendront sans doute de fréquenter les centres commerciaux⁶.
- « Acheter local » est devenu un cri de ralliement : 78 % des Canadiens sont plus susceptibles de choisir des marques/produits canadiens en raison de la pandémie⁷.

Conséquences

- Les modèles d'affaires traditionnels, y compris les centres commerciaux, éprouveront des difficultés aussi longtemps que des mesures de distanciation sociale seront en place.
- Les détaillants virtuels peuvent attirer davantage de clients à l'extérieur de leur base locale.
- Restructuration des chaînes de valeur. Moins d'avions, moins de transport international, plus d'approvisionnement local, prix potentiellement plus élevés en raison des pertes d'efficacité.



En hausse

- Plateformes de commerce électronique et agrégateurs.
- Bifurcation des entreprises vers les services en ligne, tels que les commandes en ligne pour la livraison et la cueillette.
- Fournisseurs locaux de grande qualité.



En baisse

- Grands magasins.
- Centres commerciaux secondaires et tertiaires.
- Propriétés à usage commercial à haute densité.

3 Comment nous regardons

Plus de marathons télé, plus de culture,
plus de contenu mondial

Ce que nous observons

- Moins d'argent pour les livres et les divertissements publics, et plus pour les divertissements à domicile⁸.
 - Les utilisateurs de la plateforme de diffusion continue de vidéos en direct d'Amazon, Twitch, y ont passé 50 % plus d'heures qu'en temps normal entre mars et avril et y passent maintenant jusqu'à 1,6 milliard d'heures par mois⁹.
 - Netflix a enregistré une hausse de ses abonnés de 16 millions au premier trimestre¹⁰.
- L'effondrement des événements en direct a entraîné une hausse marquée des compétitions virtuelles.
 - Selon des estimations, le sport électronique attirera un auditoire de 500 millions de personnes en 2020¹¹.
 - Une proportion de 43 % des Canadiens ne fréquentera aucun aréna, stade ou lieu de concert tant qu'un vaccin n'aura pas été trouvé¹².
- Les organisateurs de manifestations artistiques et culturelles en personne ont constaté une forte hausse du trafic en ligne.
 - Le nombre de visites en ligne quotidiennes du British Museum est passé de 2 000 à 75 000¹³.
 - Les dernières prestations virtuelles de l'Orchestre symphonique de Vancouver ont fait l'objet de 120 000 visionnements¹⁴.

Conséquences

- Les organisateurs de manifestations artistiques et culturelles devront faire preuve d'imagination pour offrir des activités de divertissement aux consommateurs, plutôt que de s'attendre à ce qu'ils sortent de chez eux.
- Les dépenses de consommation dans le domaine de la RA/RV devraient s'élever à sept milliards de dollars US en 2020¹⁵. Selon les prévisions, les ventes de casques de RA/RV croîtront de 23,6 % en 2020 et décupleront en cinq ans¹⁶.
- Les ligues et équipes professionnelles devront accélérer leurs stratégies d'« augmentation » par jeu vidéo et diffusion en continu, y compris au moyen de manifestations à huis clos.
- Les créateurs de contenu doivent travailler avec des plateformes pour constituer un auditoire mondial.



En hausse

- Services de diffusion en continu.
- Vedettes et athlètes suivis dans le monde entier.
- Équipes et ligues de niveau challenger bénéficiant de marchés mondiaux.



En baisse

- Musées et galeries d'art.
- Arénas.
- Cinémas.



4

Comment nous communiquons

Plus de bandes passantes, plus de données, plus de piratage

Ce que nous observons

- Très forte augmentation des flux de données transfrontaliers.
 - La création de données passera à 175 zettaoctets d'ici 2025, soit dix fois la quantité de données produites en 2017¹⁷.
 - On prévoit que les personnes interagiront avec un appareil connecté 4 800 fois par jour (cinq fois à la minute)¹⁸.
- Les grandes sociétés de technologie deviennent de plus en plus grosses.
 - La capitalisation boursière des six grandes sociétés de technologie américaines s'établissait à près de 5 billions de dollars au début de mai, soit une hausse d'environ 20 % pendant la crise¹⁹.
- Davantage de cyberattaques
 - L'OMS a subi cinq fois plus de cyberattaques depuis le début de la pandémie²⁰.
 - Depuis 2013, on dénombre chaque seconde 44 vols de données consécutifs à une atteinte²¹.
 - Les sites d'hameçonnage actifs ont augmenté de 350 % entre janvier et mars²².

Conséquences

- Hausse de la demande pour les entreprises qui transmettent et stockent des données en toute sécurité.
 - Alibaba compte investir 28 milliards de dollars US dans le secteur de l'infonuagique au cours des trois prochaines années²³.
- Investissements massifs dans la bande passante pour les régions et les centres, et dans les bâtiments partagés.
- Assouplissement des approches en matière de protection de la vie privée de manière à établir un juste équilibre entre les protections contre les menaces nouvelles et existantes et le besoin de sécurité sanitaire.



En hausse

- Très grands fournisseurs de données.
- Cybersécurité fondée sur l'IA.
- Protection au moyen de logiciels distribués.



En baisse

- Entreprises riches en données vulnérables aux cyberattaques.
- Entreprises ne disposant pas de l'envergure ou de la culture nécessaire pour analyser les données à des fins d'avantage commercial.
- Entreprises qui ne s'engagent aucunement à protéger la vie privée.



5 Comment nous voyageons

Plus à l'échelle locale, plus modeste, plus actif

Ce que nous observons

- Une proportion de 68 % des Canadiens ne prendra probablement pas de vacances en 2020²⁴.
- Les Canadiens s'estiment moins susceptibles de voyager dans d'autres provinces en raison de la COVID²⁵.
- Une fois la pandémie terminée²⁶ :
 - 63 % préféreront prendre la voiture plutôt que l'avion, et 62 % préféreront demeurer au Canada.
 - Seulement 32 % seront prêts à séjourner dans un hôtel ou une station balnéaire, et 10 %, à faire une croisière.

Conséquences

- Reprise lente et faiblement répartie du tourisme, avec intérêt accru pour les vacances en voiture vers de petits centres.
- Déclin des festivals, des événements et des grandes attractions.
- Attrait grandissant pour les aventures et les expériences localisées.



En hausse

- Location de voitures et visites audio.
- Destinations haut de gamme à distance de voiture des grands centres de population.
- Expériences préparées en milieu sauvage et offres mixtes, comme l'agrotourisme.



En baisse

- Grands hôtels, croisiéristes.
- Destinations à fort trafic, notamment les parcs thématiques et les stations balnéaires.
- Collectivités frontalières qui dépendent des voyageurs internationaux.

6

Comment nous nous soignons

Plus de protection, plus de dépistage, plus cher

Ce que nous observons

- Trois Canadiens sur quatre déclarent qu'ils ne se sentiront pas en sécurité tant qu'un traitement ou un vaccin ne sera pas disponible²⁷.
- Technologies de dépistage, telles que caméras thermiques, dans les aéroports et les gares, ainsi que dans les hôpitaux, les cliniques et éventuellement les écoles.
- Aux États-Unis, le secteur du « vieillissement actif » devrait tripler au cours des trois prochaines années pour atteindre 30 milliards de dollars²⁸.

Conséquences

- Mouvement massif vers les soins de santé à distance grâce aux consultations vidéo.
- Centralisation des cliniques pour améliorer la capacité numérique et offrir un service 24 heures sur 24, sept jours sur sept, avec des équipes sur le terrain pour servir la population de télétravailleurs et les personnes âgées isolées.
- Technologie plus avancée dans les maisons de retraités en raison de la pénurie de travailleurs.
 - D'ici 2030, les dépenses du gouvernement canadien en matière de prestations aux personnes âgées tripleront par rapport à 2010, passant de 35 à 99 milliards de dollars²⁹.



En hausse

- Technologies intelligentes de la vie quotidienne.
- Entreprises de biotechnologie spécialisées dans la biométrie. Technologie de reconnaissance faciale, détecteurs infrarouges à balayage corporel.
- Technologies de recherche des contacts.



En baisse

- Communautés traditionnelles de personnes âgées.
- Entreprises qui ne disposent pas de protocoles de santé et de sécurité suffisamment rigoureux pour leurs clients et leurs employés.
- Fournisseurs de soins de santé dont la culture et l'infrastructure ne sont pas axées sur le numérique.

7

Comment nous apprenons

À distance, interactif, personnalisé

Ce que nous observons

- En mars, 1,4 million d'étudiants universitaires canadiens se sont tournés vers l'apprentissage en ligne, et de nombreuses universités se préparent à adopter un modèle mixte pour le trimestre d'automne³⁰.
 - Au plus grand établissement d'enseignement en ligne du Canada, soit l'Athabasca University, les inscriptions ont augmenté de 12,3 % en avril pour les études de premier cycle et de 10,7 % pour les études supérieures³¹.
- L'UNESCO estime que les fermetures d'écoles ont touché près de 1,6 milliard d'étudiants dans le monde, soit 91 % de tous les étudiants³².
- En 2019, les dépenses numériques représentaient 2,5 % (soit 142 milliards de dollars US) de la totalité des dépenses en éducation. D'ici 2025, cette proportion devrait atteindre 4,3 % (soit 350 milliards de dollars US)³³.
- Les investissements mondiaux dans les technologies de l'éducation ont dépassé 18,5 milliards de dollars US en 2019, et plus de la moitié des activités de capital-risque ont eu lieu en Chine au cours de la dernière décennie³⁴.

Conséquences

- Les universités et les collèges investiront davantage dans les infrastructures technologiques.
- La conception des cours et la pédagogie traditionnelles évolueront vers d'autres modes de formation à mesure que s'estompera la résistance passée à l'apprentissage en ligne.
- Le besoin de recyclage et de perfectionnement sera immense, ce qui entraînera une augmentation de la demande de formation des adultes. Les entreprises et les institutions commencent à proposer des programmes de formation expérientiels adaptés aux styles d'apprentissage des adultes³⁵.



En hausse

- Diplômes choisis au moyen de menus, avec choix accru pour les étudiants et partage entre écoles.
- Intégration du microapprentissage en tant que crédit partiel dans les programmes.
- Stages numériques et autres formes d'apprentissage intégré au travail.



En baisse

- Établissements d'enseignement qui ont une faible culture de l'enseignement numérique ou qui n'ont pas l'envergure nécessaire pour investir dans les technologies numériques et de traitement de données.
- Inscription des étudiants internationaux.
- Employeurs qui n'offrent pas de cours de formation expérientielle numérique de haut niveau.



8

Comment nous commerçons

Plus de protectionnisme, moins d'importations, prix plus élevés

Ce que nous observons

- Le protectionnisme prend de plus en plus d'importance sur le plan politique, surtout pour des motifs de position offensive.
 - L'OMC a recensé la mise en place de plus de 100 mesures protectionnistes³⁶.
 - Le Japon offre des incitatifs au rapatriement de la production industrielle.
 - La Corée et Taïwan protègent les droits de propriété intellectuelle pour les semi-conducteurs et autres technologies.
 - L'Inde a interdit l'exportation de médicaments jugés « essentiels ».
- L'indice Baltic Dry, mesure clé du commerce international, a reculé de plus de 66 % depuis décembre, et de 80 % depuis l'été dernier³⁷.
- La Saskatchewan, la Colombie-Britannique et le Québec ont lancé des campagnes de marketing visant à promouvoir les achats locaux.

Conséquences

- Certains pays réévaluent la sécurité économique et restructurent les chaînes d'approvisionnement, en parlant davantage de nationalisme économique.
- Le mouvement vers l'adoption de mesures de relance stratégique peut entraîner des décisions plus audacieuses, notamment des restrictions en matière d'approvisionnement.
- Les consommateurs pourraient avoir à payer des prix plus élevés pour un choix plus restreint.



En hausse

- Approvisionnement stratégique.
- Accords commerciaux bilatéraux et régionaux.
- Exportations à plus forte valeur ajoutée, comme les aliments spécialisés.



En baisse

- Entreprises canadiennes qui misent sur leur approvisionnement auprès d'autres pays.
- Producteurs à faible marge qui manquent d'envergure.
- Populations à faible revenu et isolées.

Annexe

1. *Série d'enquêtes sur les perspectives canadiennes 1 : La COVID-19 et travailler de la maison*, Statistique Canada, 17 avril 2020.
2. *Canadian Consumer Sentiment & Behaviour During the COVID-19 Crisis*, RBC CXDI, 8 mai 2020 (en anglais seulement).
3. « How Experts Are Rethinking The Workplace », *National Geographic*, 30 avril 2020 (en anglais seulement).
4. *Idem*, 2.
5. « Retailers scrambling to respond to a surge in e-commerce orders during pandemic », *Financial Post*, 10 avril 2020 (en anglais seulement).
6. « Why the Economic Recovery Will Be More of a 'Swoosh' Than V-Shaped », *Wall Street Journal*, 11 mai 2020 (en anglais seulement).
7. *Coronavirus – Canada Tracking #9*, Ipsos and RBC CXDI, 7 mai 2020 (en anglais seulement).
8. *COVID Consumer Spending Tracker*, Services économiques RBC, 16 avril 2020 (en anglais seulement).
9. « The lockdown live-streaming numbers are out, and they're huge », *The Verge*, 13 mai 2020 (en anglais seulement).
10. « Coronavirus: Netflix adds 16M subscribers worldwide amid COVID-19 pandemic », *La Presse canadienne*, 21 avril 2020 (en anglais seulement).
11. « The Global Esports Audience Will Be Just Shy of 500 Million This Year », *Newzoo*, 25 février 2020 (en anglais seulement).
12. *Idem*, 2.
13. *Six museums to explore virtually during lockdown*, DW, 13 avril 2020 (en anglais seulement).
14. « COVID-19: Vancouver Symphony Orchestra rescinds layoffs and looks to online offerings », *Vancouver Sun*, 15 avril 2020 (en anglais seulement).
15. *Worldwide Spending on Augmented and Virtual Reality Expected to Reach \$18.8 Billion in 2020*, IDC, novembre 2019 (en anglais seulement).
16. *Worldwide Quarterly AR/VR Headset Tracker*, IDC, mars 2020 (en anglais seulement).
17. *Data Age 2025*, Seagate, IDC, 2017 (en anglais seulement).
18. *Ibid.*
19. « Big tech has strong first quarter », CNN, 6 mai 2020 (en anglais seulement).
20. « Les cyberattaques visant l'OMS ont été multipliées par cinq : soyons vigilants », OMS, 23 avril 2020
21. « 15 Alarming Cyber Security Facts and Stats », Cybint Solutions, 23 septembre 2019 (en anglais seulement).
22. « Email, text message attacks surge during COVID-19 crisis », CBC News, 30 mars 2020 (en anglais seulement).
23. « Alibaba Cloud will invest \$28 billion more into its infrastructure over the next three years », TechCrunch, 20 avril 2020 (en anglais seulement).
24. *Idem*, 2.
25. *Idem*, 2.
26. *Idem*, 7.
27. *Coronavirus – Canada Tracking #7*, Ipsos and RBC CXDI, 23 avril 2020 (en anglais seulement).
28. *Active Aging: Perceptions and Attitudes*, Consumer Technology Association, juin 2019 (en anglais seulement).
29. « Se frayer un chemin dans les années 2020 », *Leadership avisé RBC*, janvier 2020
30. Données fournies par Universités Canada, 12 mai 2020.
31. Données fournies par Athabasca University, 30 avril 2020.
32. Un sommet de 1,59 milliard a été atteint le 3 avril sur le plan des fermetures à l'échelle nationale, *UNESCO COVID-19 Educational Disruption and Response* (en anglais seulement).
33. On prévoit que les investissements mondiaux dans les technologies de l'éducation dépasseront les 87 milliards de dollars d'ici 2030; 32 milliards de dollars au cours de la dernière décennie. *HolonIQ*, 28 janvier 2020 (en anglais seulement).
34. *Ibid.*
35. « Seniors Need Support More Than Ever. One Startup Shows They Can Also Provide It », *EdSurge*, 31 mars 2020 (en anglais seulement).
36. « Supply Chains in a Deglobalized World Webinar », *Foreign Policy*, 8 mai 2020 (en anglais seulement).
37. « Dry bulk shipping rates poised to hit a new all-time low », *Hellenic Shipping News*, 5 février 2020 (en anglais seulement).

Recherchistes :

Trinh Theresa Do

Première directrice, Stratégie et architecture opérationnelle, RBC

Andrew Schrumm

Premier directeur, Recherche, RBC

Ben Richardson

Chargé de recherche associé