

Sommaire



QUEL REBOND ET QUELLES STRATÉGIES GAGNANTES POUR LES MARQUES ?

POINT DE VUE EN 5 QUESTIONS

1. Cette crise est-elle vraiment la pire ?
2. Quels scénarios pour quelle sortie de crise ?
3. Allons-nous vers un retour normal à la consommation ?
4. Quelles sont les bonnes pratiques à appliquer ?
5. Quels leviers principaux activer en sortie de crise ?

Extraits de l'étude

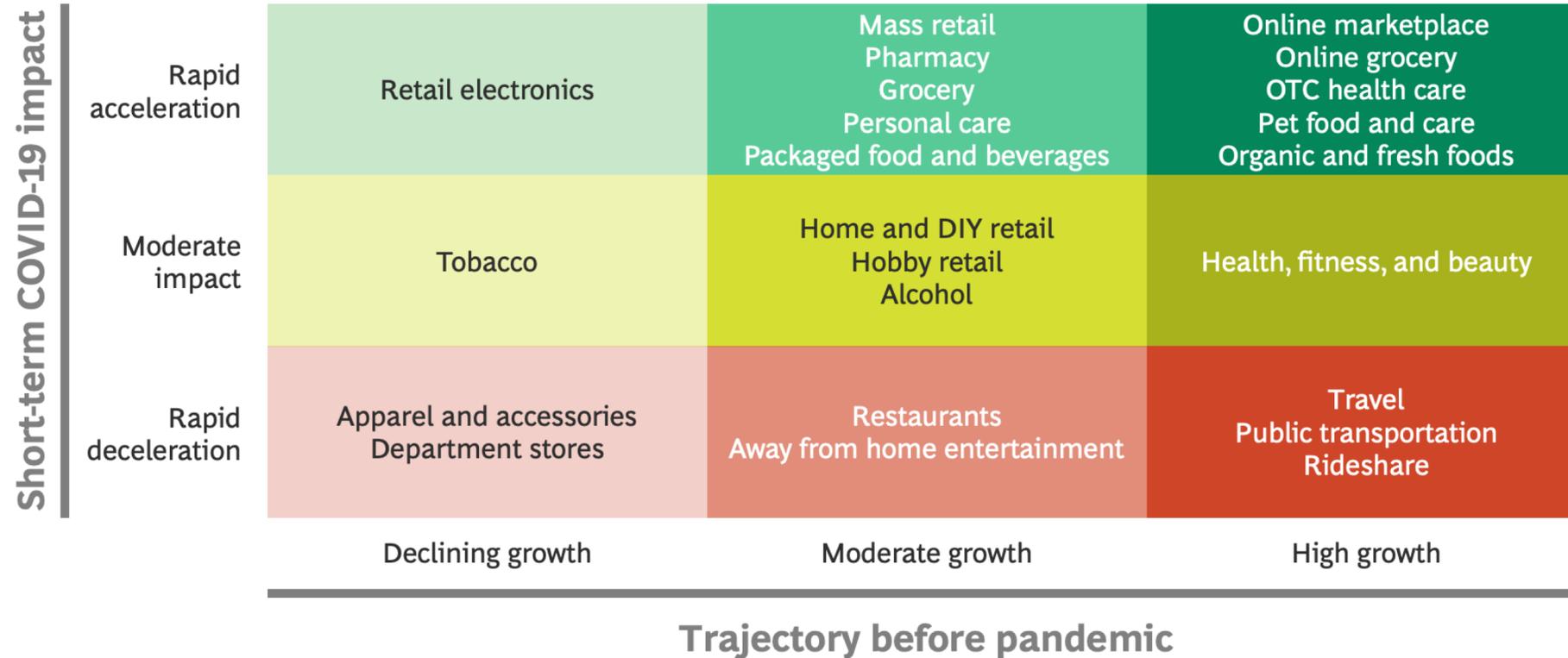
The background features a vibrant blue color with several overlapping, organic shapes in shades of purple and magenta. These shapes are soft-edged and layered, creating a sense of depth and movement. The text is centered and overlaid on these shapes.

**De nombreux secteurs
ont été lourdement
impactés mais, face à
la reprise, il existe des
disparités**



DES IMPACTS MASSIFS MAIS TOUS LES SECTEURS NE SONT PAS LOGÉS À LA MÊME ENSEIGNE

Impact du Covid sur les secteurs d'activité (exemples pour les USA)





EN DEPIT DE L'ONDE DE CHOC PUISSANTE, LES IMPACTS S'ATTÉNUENT RAPIDEMENT POUR DE NOMBREUX SECTEURS

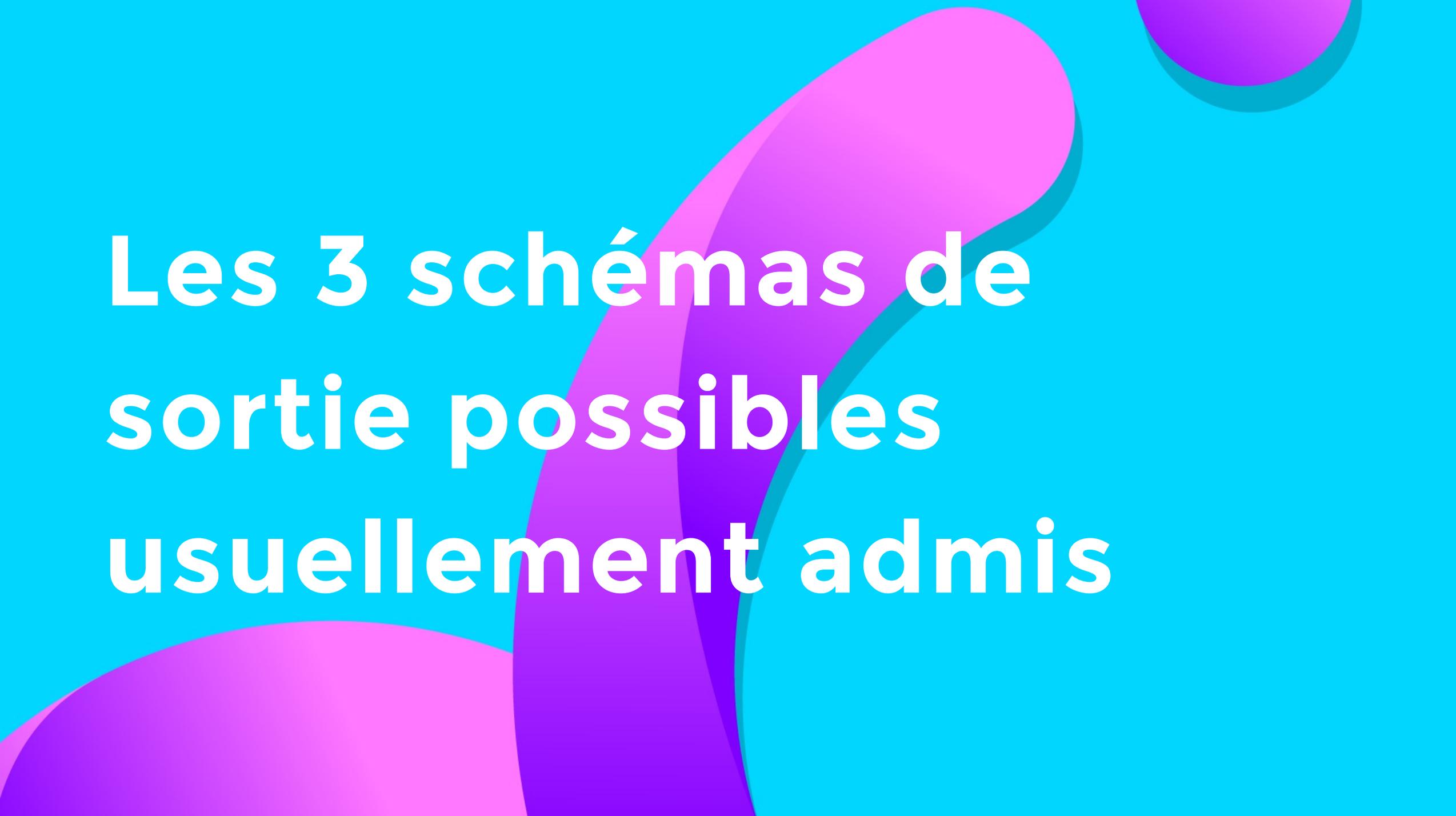
Des secteurs entiers en résilience rapide, d'autres en difficulté à plus moyen terme.
Certains affectés par l'ampleur de la crise (chiffres USA)

Decline reflects economic scenario and consumer sentiment

		TSR performance ²			Companies with probability of default >15% ³		
		21 Feb 2020 - 20 Mar 2020	21 Feb 2020 - 29 May 2020	15 May 2020 - 29 May 2020	21 Feb 2020	29 May 2020	15 May 2020 - 29 May 2020
Healthier sectors	Pharma	-20%	1%	↗	0%	5%	↗
	Household Products	-16%	-3%	→	0%	0%	→
	Food/staples Retail	-10%	-5%	→	0%	0%	→
	Health Equipment	-31%	-6%	↗	0%	0%	→
	Semiconductors	-30%	-7%	↗	0%	0%	→
Pressured sectors	Tech Hardware	-26%	-7%	↗	0%	0%	→
	Retailing	-40%	-8%	↗	0%	41%	↗
	Software	-30%	-8%	↗	9%	8%	→
	Food & Beverage	-23%	-9%	↗	0%	0%	→
	Materials	-32%	-11%	↗	4%	13%	↗
	Prof. Services	-30%	-11%	↗	0%	0%	→
	Telecom	-17%	-11%	↗	0%	12%	↗
	Transport	-34%	-13%	↗	0%	36%	→
	Capital Goods	-35%	-15%	↗	2%	11%	→
	Financials	-35%	-15%	↗	0%	0%	→
Vulnerable sectors	Media	-36%	-15%	↗	0%	15%	↗
	Utilities	-30%	-16%	↗	0%	0%	↗
	Auto	-41%	-17%	↗	0%	33%	→
	Durable Goods	-39%	-19%	↗	0%	5%	→
	Insurance	-39%	-26%	↗	0%	0%	→
	Hospitality	-44%	-28%	↗	7%	36%	↗
	Real Estate	-39%	-29%	↗	0%	17%	→
	Energy	-52%	-31%	↗	0%	21%	↗
	Banks	-39%	-31%	↗	0%	4%	→

Note: As of 6 May 2020; Based on top S&P Global 1200 companies; Sectors are based on GICS definitions; 1. Companies with probability of default >15%; 2. Performance is tracked for two periods, first from 21 February 2020 (before international acceleration of outbreak) to 20 March 2020 (trough of the market) and from 21 February 2020 through 29 May 2020 based on median; 3. Implied by 5-year Credit Default Swap based on median Source: S&P Capital IQ; BCG ValueScience® Center; BCG

↗ Pos. trend >= 2%
→ No sig. change
↘ Neg. trend >= 2%

The background features a vibrant blue gradient with large, overlapping, rounded shapes in shades of purple and magenta. The text is centered and rendered in a clean, white, sans-serif font.

Les 3 schémas de sortie possibles usuellement admis



LA QUESTION DES SCENARII DE SORTIE DE CRISE : QUEL RATTRAPAGE ? COMPRENDRE LES COURBES EN V, U OU L

Les 3 scenarios de sortie de crise et leurs pertes associées

La courbe en V (retour rapide)

Les pertes sont limitées à la période de lockdown et le retour à la normale est rapide

La courbe est en forme de V

La courbe en U (retour lent)

Il n'y a pas d'effet de rattrapage et les pertes demeurent sans compensation malgré le retour à la normale

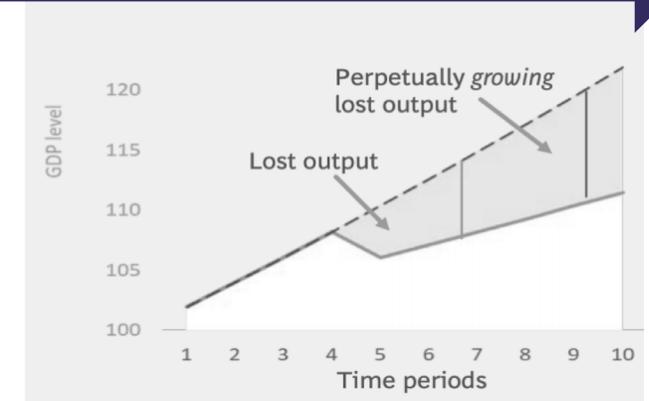
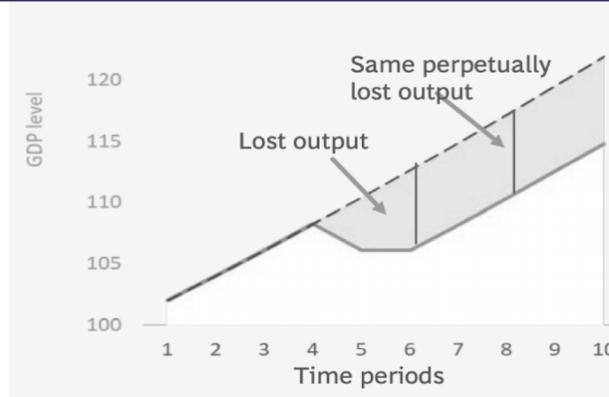
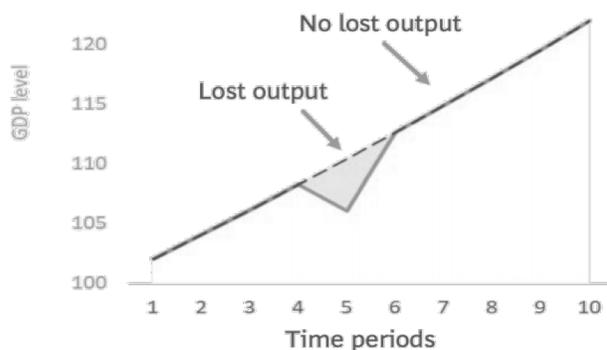
La courbe est en forme de U

La courbe en L (aggravement)

Il n'y a pas de retour à la normale et les difficultés s'accroissent sur une plus longue période

La courbe est en forme de L

Echelle du pire



The background is a vibrant blue with several large, overlapping, rounded shapes in shades of purple and magenta. The shapes are layered, creating a sense of depth and movement. The text is centered and overlaid on these shapes.

**Un effet rattrapage
tend à se dessiner**

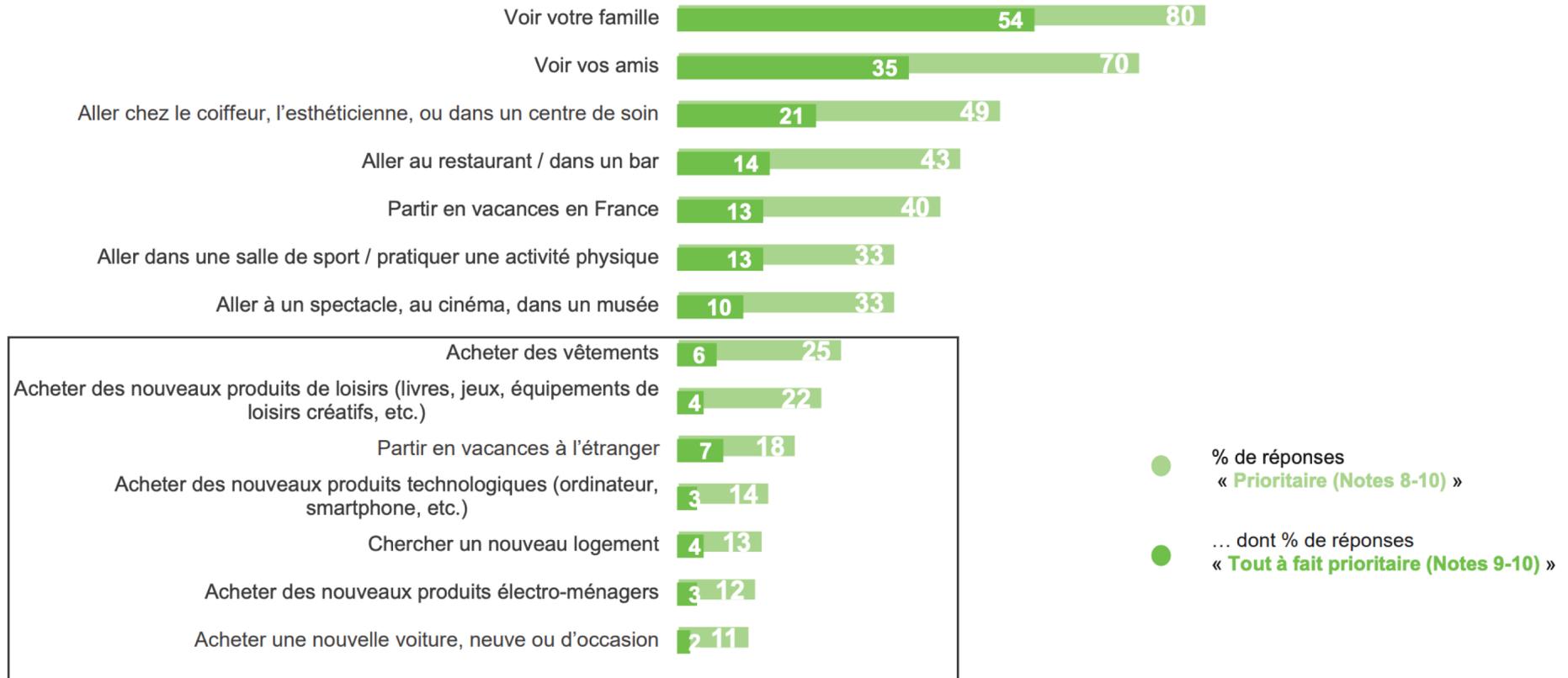


LA FRUSTRATION, MOTEUR DU RETOUR À LA CONSOMMATION

En dépit de la crise, et du retour à l'humain prioritaire, un effet de rattrapage de consommation est à attendre

À tous, en % de notes « Prioritaire » -

Veillez noter chacune des activités suivantes sur une échelle de 1 à 10, 1 indiquant que cette activité est pour vous pas du tout prioritaire, 10 indiquant au contraire que cette activité est tout à fait prioritaire, les autres notes servant à nuancer votre jugement



The background features a vibrant blue color with several overlapping, organic shapes in shades of purple and magenta. These shapes are layered, creating a sense of depth and movement. The overall aesthetic is modern and energetic.

Le e-commerce durablement renforcé

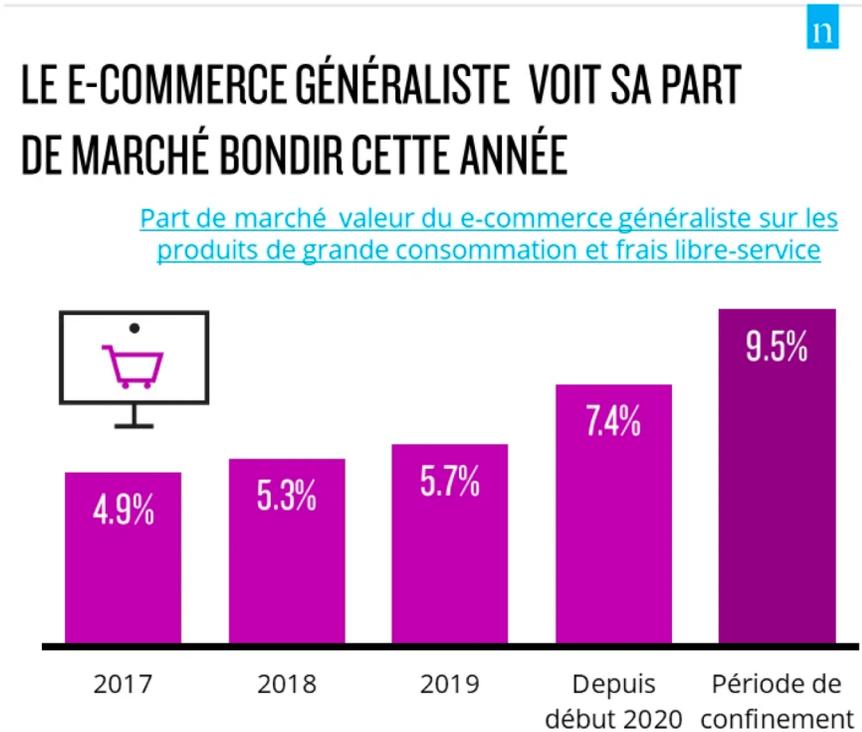


DE NOUVELLES TENDANCES DE CONSOMMATION À PRENDRE EN COMPTE LE E-COMMERCE DURABLEMENT RENFORCÉ

Le e-commerce accentue logiquement sa dynamique, de façon considérablement accélérée



Source : étude Yougov, France, 22 avril 2020



Source : Nielsen Scantrack Scope : drive + livraison à domicile dont Amazon (12 avril 2020)

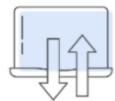
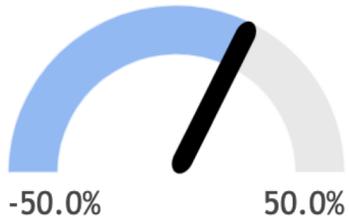


DE NOUVELLES TENDANCES DE CONSOMMATION À PRENDRE EN COMPTE LE ECOMMERCE DURABLEMENT RENFORCÉ

Au-delà du trafic, ce sont les transactions et le taux de conversion qui explosent

Last week compared to pre-Covid

+14.7%

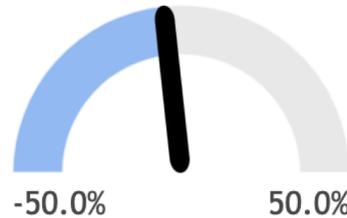


Traffic

0%

Week on Week

-3.4%

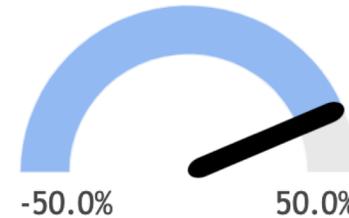


Time per session

+1.5%

Week on Week

+37.2%

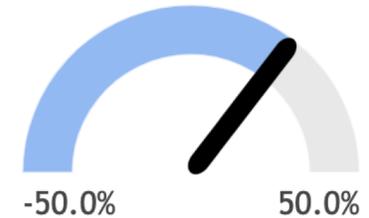


Transactions

+0.6%

Week on Week

+20.8%



Conversion rate

+0.2%

Week on Week

Q4

**« Quelles bonnes
pratiques appliquer ? »**



LES BONNES PRATIQUES POUR TIRER LE MEILLEUR PARTI DE LA « REPRISE » POST-COVID

Axe 1

Shifter son offre de façon agile

- Trouver des pivots pérennes



Qui ?

Le leader mondial de la location C2C en concurrence du secteur hôtelier traditionnel

Quoi ?

Diversifie ses services autour du virtuel et des séjours longue durée

L'agilité ?

Etend son offre pour concurrencer les agences immobilières.



Héberger d

Hébergements Séjours longue durée Expériences Expériences en ligne **NOUVEAU**

ADRESSE
Où allez-vous ?

ARRIVÉE/DÉPART
Ajoutez des dates

VOYAGEURS
Ajoutez des

Nous surmonterons cette épreuve ensemble, malgré l'éloignement.



Expériences en ligne

Des activités uniques à faire ensemble, organisées par des hôtes du monde entier.



Séjours longue durée

Trouvez votre chez-vous pour un mois ou plus avec Airbnb.



LES BONNES PRATIQUES POUR TIRER LE MEILLEUR PARTI DE LA « REPRISE » POST-COVID

Axe 2

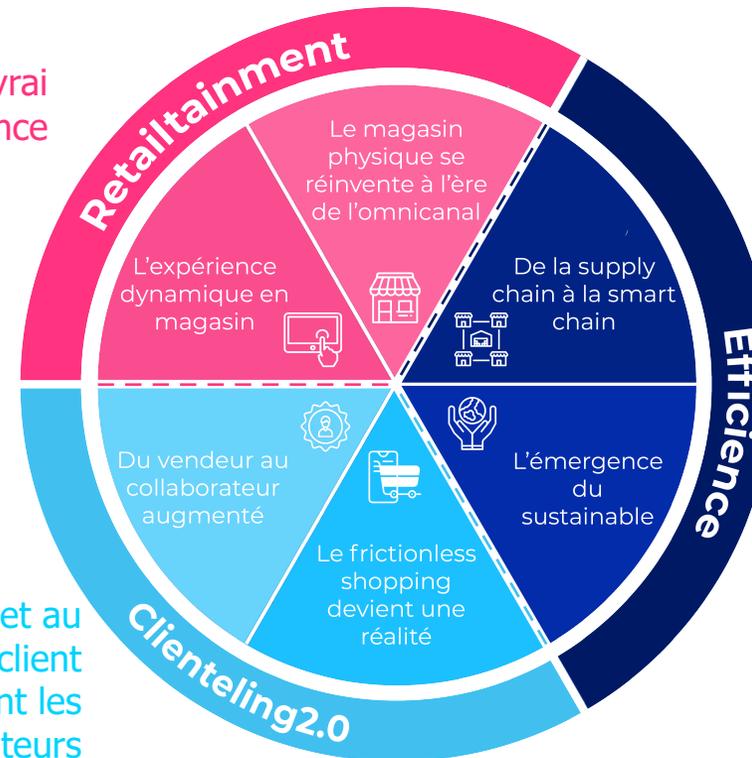
Accélérer la transformation de sa distribution

- Développer de nouveaux formats de magasins



LES TENDANCES CLÉ DE L'ÉVOLUTION DU RETAIL OBSERVÉES LORS DU NRF 2020 ET IMPLÉMENTÉES DANS LES COMMERCES DE NEW YORK CITY

Le magasin devient un vrai lieu de vie et d'expérience



Les technologies et l'IA au service de l'efficacité économique et écologique du retail

Source : Thinkmarket, analyse des tendances du New York Retail Forum 2020 (janvier 2020)

A person is performing a handstand on a city street at night. The person is wearing a plaid shirt, dark pants, and red boots. They are balancing on their hands on a white line on the asphalt. The background features modern buildings with large windows, some of which are illuminated from within. A bright light source, possibly a street lamp or a flare, is visible on the left side of the frame, creating a lens flare effect. The overall color palette is dominated by blues, purples, and reds.

it's time
to shift