

## SOMMAIRE DE LA LETTRE ECO N°190

### Le Coin des Épargnants

- Le tableau économique et financier
- Le statu quo monétaire
- Cela aurait pu être pire !

### C'est déjà hier

- Etats-Unis, la croissance patine
- France, coup de froid au printemps
- France, le chômage toujours à la peine
- Les ménages un brin anxieux
- La FED veut passer un mois d'août tranquille
- Royaume-Uni, jusqu'à là, tout va bien Madame la Marquise

### Le Coin de la Conjoncture

- Les vacances, c'est sacré
- Chili, la tentation de la facilité

### Le Coin des Tendances

- La presse à l'heure du digital, un exemple « Le Figaro »
- Du design au management, les nouvelles règles de la net-économie

### Le Coin du graphique

- Quand les mois d'août sont devenus les chats noirs des actionnaires

### L'agenda économique et financier de la semaine

## LE COIN DES ÉPARGNANTS

### Le tableau financier de la semaine

	Résultats 29 juillet 2016	Évolution sur 5 jours	Résultats 31 décembre 2015
<b>CAC 40</b>	4 439,81	+1,34 %	4 637
<b>Dow Jones</b>	18 432,24	-0,75 % %	17 423
<b>Nasdaq</b>	5 162,13	+1,22 %	5107
<b>Daxx Allemand</b>	10 337,50	+1,87 %	10 743
<b>Footsie</b>	6 724,43	-0,09 % %	6 242
<b>Euro Stoxx 50</b>	2 990,76	+0,62 %	3 100
<b>Nikkei</b>	16 569,27	-0,35 %	19 033
<b>Taux de l'OAT France à 10 ans (18 heures)</b>	0,104%	-0,104 pt	0,993 %
<b>Taux du Bund allemand à 10 ans (18 heures)</b>	-0,122 %	-0,093 pt	0,634 %
<b>Taux du Trésor US à 10 ans (18 heures)</b>	1,450 %	-0,118 pt	2,269 %
<b>Cours de l'euro / dollars (18 heures)</b>	1,1118	+1,96 %	1,0854
<b>Cours de l'once d'or en dollars (18 heures)</b>	1 353,790	+2,39 %%	1061
<b>Cours du baril de pétrole Brent en dollars (21 heures)</b>	43,390	-5,05 %	37,570

### L'été est au statu quo monétaire

La FED et la Banque centrale du Japon, même combat et en la matière, c'est plutôt ne changeons rien pour le moment, il est urgent d'attendre. Dans ces conditions, les marchés « actions » veulent croire que le mois d'août ne sera pas noir comme les

précédents. La publication des premières estimations de la croissance au deuxième trimestre n'incite pas à l'aventurisme en matière de taux.

La banque centrale nippone a surpris son monde en se contentant du strict minimum. La BoJ a annoncé qu'elle doublait ses rachats d'ETF, les fonds indiciels boursiers en les faisant passer de 3 300 à 6 000 milliards de yens (environ 52 milliards d'euros). Elle a offert un accès à des crédits en dollars des Etats-Unis aux banques pour un montant de 24 milliards de dollars sur quatre ans. En revanche, elle n'a pas touché aux taux, le taux de dépôt demeure à -0,1 % pour une partie minimale des dépôts bancaires auprès de la BoJ et les rachats de titres obligataires sont maintenus à 80 000 milliards de yens par an, soit 698 milliards d'euros.

Néanmoins, le gouverneur japonais a déclaré qu'il pouvait encore agir et même baisser le taux de dépôt. La situation japonaise reste préoccupante avec un taux d'inflation en territoire négatif et une croissance qui se dérobe.

Pour contrecarrer les forces récessionnistes, le 2 août prochain, le Gouvernement devrait annoncer un plan de relance. Certains observateurs, malgré le chiffre annoncé par Shinzo Abe mercredi 26 juillet d'un plan de 28.000 milliards de yens (241 milliards d'euros environ), doutent qu'il s'agisse là véritablement d'argent frais. Le vrai montant du plan pourrait ne pas dépasser 6.000 milliards de yens.

### **Cela aurait pu être pire**

Les marchés ont aimé le mois de juillet ce qui n'était pas gagné d'avance après le référendum du 23 juin dernier au Royaume-Uni. Malgré des résultats économiques en demi-teinte, les investisseurs se sont satisfaits d'un statu quo monétaire et veulent croire que demain ne sera pas pire qu'aujourd'hui. Les doutes sur la solidité de certaines banques européennes n'a pas jusqu'à maintenant entraîné de panique sur les marchés en raison des annonces proactives de Mario Draghi.

## **C'EST DÉJÀ HIER**

### **Etats-Unis, la croissance patine**

La croissance n'a atteint que 1,2% au deuxième trimestre, en rythme annualisé soit bien moins qu'escompté. Par ailleurs, la croissance du premier trimestre a été revue à la baisse à 0,8 % contre 1,1 % initialement. De ce fait, la croissance américaine est désormais inférieure à 2 % et cela depuis trois trimestres.

La consommation des ménages qui représente plus des deux tiers du PIB demeure vive avec un taux de croissance de 4,2 % d'avril à juin alimentée par la chute du chômage à 4,9 %. Le rythme élevé des ventes de logement et l'amélioration de la production industrielle le mois dernier constituent deux autres points positifs. Toutefois la chute des stocks et à la baisse de l'investissement des entreprises ont freiné la

croissance au printemps. Les dépenses d'investissement privé ont connu leur plus forte chute depuis sept ans (- 9,7 %). L'investissement des entreprises a diminué de 2,2 % pour le troisième trimestre de suite, tandis que celui des particuliers dans l'immobilier n'a été que de 6,1 %, après avoir progressé de 7,8 % au cours des trois premiers mois de l'année.

L'Etat et les collectivités ont également contribué au ralentissement de la croissance américaine, en réduisant leurs dépenses de 0,9 % par rapport au premier trimestre, un recul sans précédent depuis deux ans.

### **France, coup de froid au printemps**

Après avoir atteint 0,7 % au premier trimestre, la croissance du PIB, en France a été nulle au deuxième. C'est une déception car elle était attendue à 0,2 % voire 0,3 %. La France a donc fait du surplace durant le printemps. Le contexte économique international marqué par le ralentissement des émergents mais aussi les grèves liées à la loi Travail ont pesé sur l'activité. La France renoue ainsi avec une croissance en dents de scie qui avait été de mise ces dernières années, un mauvais trimestre succédant à un bon.

La France fait ainsi moins bien que la moyenne de la zone euro dont la croissance a été de 0,3 %. Cette dernière est néanmoins en retraite de 0,3 point par rapport au 1<sup>er</sup> trimestre.

Le moteur principal de la croissance, les dépenses de consommation des ménages, s'est enrayé (+0,0 %) après avoir connu une forte progression au 1<sup>er</sup> trimestre, +1,2 %, tandis que la formation brute de capital fixe (FBCF) totale se replie (-0,4 % après +1,3 %).

L'investissement en construction se remet à diminuer (-0,4 % après +0,4 %), ainsi que celui en produits manufacturés (-0,9 % après +3,5 %) et celui en services marchands (-0,2 % après +1,1 %).

Au total, la demande intérieure finale (hors stocks) stagne : sa contribution à l'évolution du PIB est nulle (après +1,0 point au premier trimestre).

Les importations sont en repli (-1,3 % après +0,5 %) quand les exportations baissent modérément (-0,3 %, comme au trimestre précédent). De ce fait, le solde extérieur contribue positivement à l'évolution du PIB (+0,3 point, après -0,2 point). En revanche, le comportement de stockage des entreprises y contribue de nouveau négativement (-0,4 point, après -0,1 point).

Au deuxième trimestre 2016, la production totale de biens et services baisse de 0,2 % après une hausse de 0,7 %. La production de biens manufacturés recule nettement de 1 point après 0,0 % du fait principalement de la chute de la production dans les raffineries, affectées par des mouvements sociaux en mai et juin. La production se

replie également dans la construction (-0,6 % après +0,3 %). Dans les services marchands, elle se stabilise (0,0 % après +1,1 %) et dans l'énergie elle ralentit (+0,5 % après +1,0 %).

La croissance française n'a pas réussi à maintenir le rythme du premier trimestre. L'attentisme est la règle. Au cours du deuxième trimestre, la France a cessé de bénéficier de la chute des cours du pétrole. De ce fait, les ménages n'ont plus enregistré de gains de pouvoir d'achat ce qui a pesé sur la consommation. Le retour en territoire négatif de l'investissement est évidemment une mauvaise nouvelle témoignant que les responsables des entreprises n'entrevoient pas d'amélioration durable de la conjoncture. Les capacités d'auto-alimentation de la croissance ne sont, en France, pas encore au rendez-vous. Le troisième trimestre qui intégrera la rentrée de septembre et la saison touristique devrait donner lieu à une petite croissance mais en-deçà des prévisions initiales. Elle pourrait se situer autour de 0,1 /0,2 %. Le troisième trimestre pourrait être marqué par le Brexit et par les attentats.

L'objectif de croissance de 1,5 % reste néanmoins atteignable compte tenu de l'acquis du 1er trimestre.

### **Chômage, la France toujours à la peine**

Au mois de juin, en France métropolitaine, le nombre de demandeurs d'emploi (catégorie A) s'élève à 3 525 700 en hausse de 0,2 % par rapport au mois de mai (+5 400 personnes). Certes, le mois de juin est rarement bon du fait de la fin d'un certain nombre de CCD, de missions d'intérim et de stages (néanmoins, les chiffres corrigés des variations saisonnières prennent en compte ces points). Sur un an, il est néanmoins en recul de 0,7 % (-24 600 personnes). Au mois de mai 2012, le nombre de demandeurs d'emploi était de 2,922 millions. La hausse a été de plus de 20 %.

Sur trois mois, le nombre de demandeurs d'emploi augmente de 0,6 % pour les moins de 25 ans (+0,8 % sur un mois et -5,7 % sur un an). Les dispositifs de soutien à l'emploi des jeunes semblent s'essouffler. De son côté, toujours sur trois mois, le nombre de demandeurs d'emploi recule de 0,3 % pour ceux âgés de 25 à 49 ans (stable sur un mois et -1,2 % sur un an) et de 0,2 % pour ceux âgés de 50 ans ou plus (+0,2 % sur un mois et +3,8 % sur un an).

Au total, le nombre de demandeurs d'emploi en catégories A, B, C est de 5 434 600 fin juin 2016. Ce nombre diminue sur trois mois de 0,4 % (soit -19 500 personnes), progresse de 0,1 % sur un mois (+6 300 personnes) et de 0,9 % sur un an (+48 100 personnes).

Ce deuxième mois consécutif de hausse traduit la prudence des entreprises. Par ailleurs, la croissance demeure insuffisante pour générer un flux d'emploi suffisant. Les événements en cours risquent de peser sur l'activité surtout si la saison touristique se déroule dans un contexte de fréquentation moyenne. Ce résultat plus que moyen

peut être également la conséquence de la succession de grèves qui ont gêné de multiples secteurs d'activité (transports, raffinerie, ports...).

### **Les ménages français un brin anxieux**

Selon l'enquête de l'INSEE réalisée en grande partie avant les attentats de Nice et de Saint Etienne du Rouvray, la confiance des ménages marque en juillet une petite baisse. En effet, l'indicateur de confiance des ménages pour le deuxième mois consécutif perd 1 point. A 96, il demeure de ce fait au-dessous de sa moyenne de longue période (100).

Au mois de juillet, les ménages considèrent négativement leur situation financière personnelle passée baisse. Leur appréciation est au plus bas depuis août 2015. Leur opinion sur leur situation financière future demeure stable avec un gain d'un point. Ces deux indicateurs sont en-deçà leur moyenne de longue période.

En revanche, après une forte baisse en juin, la proportion de ménages estimant qu'il est opportun de faire des achats importants progresse à nouveau (+4 points). Depuis janvier 2015, le solde se maintient ainsi au-dessus de sa moyenne de long terme.

En juillet, le solde d'opinion des ménages sur leur capacité d'épargne actuelle est stable à son niveau moyen de longue période pour le quatrième mois consécutif. Celui concernant leur capacité d'épargne future est quasi stable (-1 point), au-dessous de son niveau moyen de long terme. En juillet, la proportion de ménages estimant qu'il est opportun d'épargner est quasi stable (+1 point). Il reste encore nettement inférieur à sa moyenne de longue période.

Le haut niveau du chômage et la stagnation des revenus minent le moral des ménages. Si jusqu'au début de l'année 2016, ils ont profité de la baisse des cours de l'énergie, ce n'est plus le cas depuis quelques mois. De ce fait, le taux d'insatisfaction tend à remonter.

### **La FED veut passer un mois d'août tranquille**

La FED aurait pu légitimement décider de remonter ses taux lors de sa séance du 27 juillet. En effet, les derniers résultats économiques sont bons. Les créations d'emplois se sont élevées à 287 000 en juin effaçant le mauvais score de mai. Les mises en chantier ont augmenté de 4,8 % et la production industrielle a augmenté de 0,6 %, après s'être contractée de 0,3 % en mai. Pour le moment, le Brexit n'a pas provoqué de tsunami sur les marchés.

La FED a souligné que la situation était meilleure qu'en juin. « Les risques à court terme sur les perspectives économiques ont diminué ». Pour autant, elle a décidé de temporiser et d'attendre la rentrée. Elle ne juge pas les marchés capables d'absorber une hausse des taux. Elle ne souhaite pas, en plein été, que la remontée des taux

américains, provoque un krach obligataire mondial... Par ailleurs, elle attend les décisions de la banque centrale d'Angleterre pour évaluer la situation. Elle prend, enfin, de plus en plus en compte l'effet de change dans la détermination de sa politique monétaire. L'incertitude est de mise pour savoir si la FED relèvera ses taux en septembre ou en décembre.

### **Royaume-Uni, jusqu'à là, tout va bien Madame la Marquise**

Contre toute attente, la croissance de l'économie britannique s'est accélérée au cours du deuxième trimestre grâce à la plus forte progression de la production industrielle enregistrée depuis 1999. La croissance a, en effet, atteint 0,6 % d'un trimestre sur l'autre, selon une première estimation. Ce résultat est supérieur aux attentes des économistes qui escomptaient une croissance de 0,4 % comme au premier trimestre.

En rythme annuel, la croissance s'est élevée à 2,2 % ce qui constitue sa meilleure performance depuis le deuxième trimestre 2015.

Évidemment étant donné que le référendum ayant conclu à la sortie du Royaume-Uni de l'Union européenne s'est tenu le 23 juin, il n'a pas eu d'effet sur l'activité de l'économie britannique.

L'essentiel de la croissance a été obtenu en avril avec la progression de l'activité dans l'industrie, les services et la construction. Au cours des deux derniers mois du deuxième trimestre, un ralentissement a été noté. La très grande majorité des experts prévoit l'entrée en récession dans l'année à venir. La Banque d'Angleterre (BoE) devrait dans les prochains jours prendre la décision de baisser ses taux directeurs pour la première fois depuis 2009.

## **LE COIN DE LA CONJONCTURE**

### **Les vacances, c'est sacré**

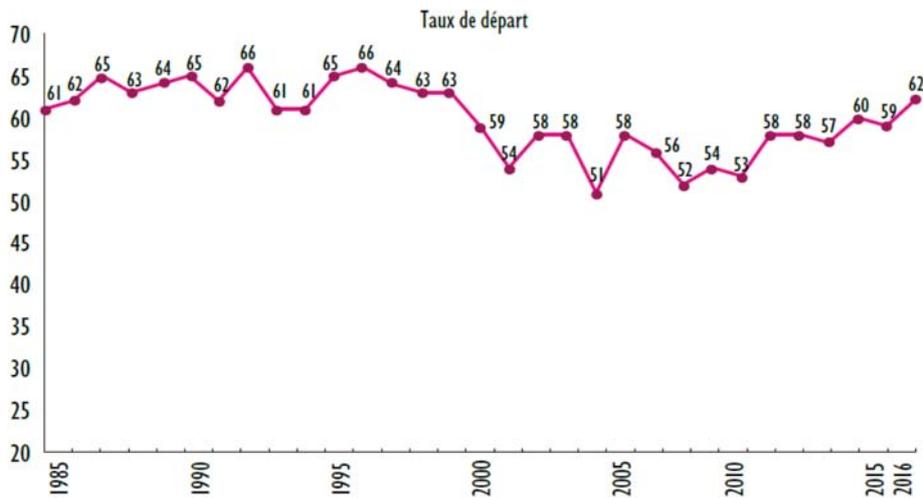
L'enquête du CRÉDOC sur les Conditions de vie et aspirations des Français révèle que sur ces 12 derniers mois, 62 % de nos concitoyens sont partis en vacances au moins quatre nuits consécutives hors de leur domicile.

Avec la crise, les Français avaient eu tendance à moins partir en vacances. Ainsi entre 2008 et 2010, le taux de départ se situait entre 52 et 54 %.

Pour les ménages à hauts revenus, le taux de départ est passé de 79 % à 86 % de 2011 à 2016 et celui des classes moyennes supérieures de 67 % à 70 %, celui des classes moyennes inférieures de 49 % à 54 % et celui des ménages à bas revenus de 37 % à 39 %.

## LES FRANÇAIS RETROUVENT LA ROUTE DES VACANCES

Au cours des douze derniers mois, êtes-vous parti en vacances au moins quatre nuits consécutives hors de votre domicile ? (en %)



Source : CRÉDOC, enquêtes Conditions de vie et aspirations.

Nota : la question était initialement posée uniquement en décembre-janvier et, à partir de 2008, elle a été posée deux fois par an : en décembre-janvier et en juin.

Le départ en vacances constitue en effet une source de dépenses importante. En moyenne, un ménage qui part consacre à ses vacances 4,6 % de l'ensemble de ses dépenses de consommation. C'est le quatrième poste de dépenses devant l'habillement ou les communications.

Le budget consacré aux vacances intègre les différentes dépenses liées au transport, à l'hébergement, aux loisirs, etc. Il varie évidemment selon la composition du foyer. En moyenne, une personne seule dépense 650 euros pour un séjour, un couple sans enfant près de 1000 euros, un couple avec deux enfants en bas âge 1400 euros, un couple avec trois enfants dont un de plus de 14 ans 1700 euros, etc. Deux postes captent, à eux deux, la moitié des dépenses touristiques. Celui du transport représente près du quart, 23 %, loin devant les autres postes de dépenses.

Selon l'enquête de la Direction générale des entreprises intitulée « suivi de la demande touristique, 71 % des séjours de nos concitoyens se passent dans l'Hexagone.

Le recours aux plateformes collaboratives se développe, en particulier chez les jeunes. Selon l'Ademe, 21 % des ménages disaient avoir eu recours à ce type de déplacement afin, principalement, d'alléger leurs frais.

L'hébergement absorbe 15 % des dépenses prévues pour les vacances. Il faut souligner que près de six séjours sur dix font appel à l'hébergement gratuit chez des proches ce qui fait diminuer le coût moyen. Pour ceux qui ont recouru à l'hôtel ou aux locations, la part logement peut dépasser 50 % des dépenses de vacances.

Le budget consacré aux loisirs (sorties, activités, etc.) ne représente que 10 % du budget vacances. Les ménages privilégient les loisirs gratuits.

Les vacances en France en hébergement marchand (hôtel, camping, résidences de tourisme, etc.) constituent 16 % des séjours. Ils sont plus souvent choisis par les familles avec enfants, les employés et les ouvriers. Ils se passent souvent à la mer (53 %) et plus rarement à la montagne (28 %).

Les séjours à l'étranger avec hébergement gratuit (19 %) chez des amis ou de la famille sont plus souvent le fait de ménages non diplômés, à bas revenus et coûtent eux aussi plus cher à cause des transports: en moyenne 760 euros par personne.

Enfin, les séjours à l'étranger avec hébergement payant sont plus rares (9 % des séjours). On le comprend tant le coût est important: 1120 euros en moyenne par séjour et par personne.

Ceux qui partent à l'étranger dépensent deux fois plus que ceux qui restent sur le territoire français.

Passées souvent en famille ou dans la résidence secondaire, les vacances à la campagne font partie des séjours à bas coût. À l'opposé, les vacances à la mer ou à la montagne où l'hébergement est souvent payant se révèlent plus coûteuses. Les vacances à la mer sont plus chères aussi parce qu'elles durent plus longtemps (13 jours en moyenne) que les vacances à la montagne (12 jours) qui incluent pourtant les séjours au ski, particulièrement onéreux.

L'écart entre les différentes catégories de vacanciers au niveau des dépenses est important. Ainsi 15 % des vacanciers dépensent moins de 400 euros sur l'année pour partir en vacances; de l'autre quand 15 % consacrent plus de 3800 euros sur l'année.

Les 60-69 ans consacrent 6,12 % de leurs dépenses de consommation aux vacances, contre 4,4 % pour les 30-49 ans par exemple. C'est la classe d'âge qui part le plus souvent en longs séjours (2,3 fois par an contre 2 en moyenne) et ils dépensent aujourd'hui en moyenne 2280 euros par an en vacances, soit deux fois plus que les moins de 30 ans. Ils partent même plus que les moins de 25 ans.

Les jeunes consacrent 460 euros par séjour. Malgré leurs efforts pour partir « pas cher », ces dépenses représentent 8,1 % de leur revenu, soit deux fois plus que ce que représente le poids des vacances pour les foyers les plus aisés.

### **Le Chili ou la tentation de la facilité**

Le Chili fait figure de bon élève au sein de la classe d'élèves turbulents que constitue l'Amérique latine. En dépit du ralentissement marqué qui affecte la région, le Chili, reste une des économies les plus dynamiques d'Amérique Latine.

Depuis une vingtaine d'années, le pays connaît une forte croissance économique avec un taux moyen de 4,5 % entre 2001 et 2013. Certes, l'économie chilienne reste très dépendante des matières premières et donc du cycle chinois et a donc enregistré un ralentissement de son activité depuis 2014. Le taux de croissance est ainsi passé de 4,2 % en 2013 à 1,9 % en 2014. Pour le moment, du fait de la récession au Brésil et des difficultés des pays émergents, la croissance ne décolle pas. Elle a atteint 2,1 % en 2015 et devrait être légèrement inférieure à 2 % en 2016.

Le Chili est la quatrième économie sud-américaine - derrière le Brésil, l'Argentine et la Colombie - avec un PIB de 240 milliards de dollars en 2015. En revanche, le Chili occupe la première place dans la région en termes de PIB par habitant en parité de pouvoir d'achat (23 500 USD en 2015).

Les exportations de cuivre restent cruciales pour ce pays or la baisse des cours a atteint 20 % en 2015. Les exportations se sont, de ce fait, contractées de 16 % quand l'excédent commercial est passé de 7,77 milliards de dollars en 2014 à 4,14 milliards en 2015). Le Chili est le premier producteur mondial avec plus d'un tiers du marché et il réalise la moitié des exportations mondiale de cette matière première.

Le ralentissement économique a provoqué une hausse du chômage qui a atteint, au cours du premier trimestre, 6,3 % de la population active. L'inflation, de son côté, est en hausse en raison de la dépréciation du peso face au dollar. Elle s'est établie à 4,4 % en 2015, au-delà de la borne haute de la fourchette cible de la banque centrale (2-4 %). Cette dernière a décidé de resserrer la politique monétaire au cours du dernier trimestre 2015.

Afin de se soustraire de la dépendance au cuivre, le Chili diversifie progressivement sa base productive, notamment grâce à un secteur tertiaire dynamique (distribution, TIC). Le pays investit fortement sur les nouvelles technologies de l'information (Internet, téléphonie mobile).

Du fait de la taille réduite de son marché intérieur (18 millions d'habitants en 2015), le Chili est un partisan du libre-échange. Il a ainsi signé 25 accords de libre-échange avec 64 pays. Il importe ainsi à moindres coûts et se positionne comme une plateforme d'import/export dans la région Amérique/Pacifique.

93,5% des exportations du Chili sont destinées aux partenaires commerciaux avec lesquels il a des accords.

Les autorités chiliennes sont également très actives pour attirer des capitaux étrangers. Si une baisse a été constatée en 2015 (11,8 milliards de dollars), logiquement, ces flux atteignent près de 20 milliards de dollars.

En dépit de la détérioration de la perception du risque de la région, le Chili continue de présenter un risque pays de toute première qualité. Le pays est noté Aa3 (Moody's), AA- (S&P), A+ (Fitch) et A2 (Coface).

Sur le plan social, des progrès significatifs ont été réalisés en matière de lutte contre la pauvreté au cours des vingt dernières années au Chili. Le pays jouit ainsi de l'un des plus bas taux de pauvreté en Amérique Latine (moins de 15 %).

L'OCDE dans un récent rapport souligne que le modèle économique du pays est trop axé sur les ressources naturelles et que cela n'est pas sans danger à terme sur un point de vue économique et environnemental. « Le Chili est l'un des poumons économiques de l'Amérique latine, mais il reste à savoir si, au cours du quart de siècle à venir, il pourra maintenir cette croissance tout en protégeant son patrimoine naturel », a déclaré le Directeur de l'environnement de l'OCDE.

Le Chili est l'une des économies de l'OCDE qui consomme le plus intensivement ses ressources. Il y a un risque de destruction rapide des richesses naturelles telles que le cuivre, l'agriculture, la foresterie et la pêche. En outre, le Chili doit faire face une pollution de l'air élevée dans les zones urbaines et industrielles et à des épisodes de pénurie d'eau. Par ailleurs, plus de 95 % de ses déchets sont encore mis en décharge.

Si la demande totale d'énergie du Chili est assurée pour un tiers par des sources renouvelables – ce qui le place au cinquième rang des pays de l'OCDE dans ce domaine – dont les principales sont le bois de feu et l'hydroélectricité, les émissions de gaz à effet de serre ont néanmoins augmenté de 23 % entre 2000 et 2010. En 2015, le Chili s'est engagé à réduire l'intensité de ses émissions de 30 % par rapport à 2007 d'ici à 2030, voire de porter l'objectif à 45 % si le soutien financier international est suffisant.

Les autorités chiliennes ont décidé de mettre en œuvre un large programme de protection de l'environnement. Déjà doté de zones de protection de la nature couvrant près d'un cinquième de son territoire terrestre, le Chili prévoit de créer le plus grand parc marin des Amériques.

## LE COIN DES TENDANCES

### La presse à l'heure du digital, l'exemple « Le Figaro »

La petite chaîne qui monte, M6, a battu le canal historique, TF1 en termes de capitalisation boursière au cours du mois de juillet. Cette victoire de la benjamine n'est qu'une conséquence de la révolution digitale qui frappe les médias. En effet, au-delà de ce combat pour la capitalisation entre deux chaînes traditionnelles, le combat que ces dernières mènent face aux nouveaux acteurs digitaux est loin d'être gagné. De 2007 à 2014, les chaînes hertziennes historiques (TF1, France 2, France 3, Canal +, Arte et M6) ont perdu 23 % de leur part d'audience. Les géants du Net, Google avec Youtube, Apple TV, Facebook ou Netflix mais aussi les fournisseurs d'accès ont changé la donne.

Le replay et la vidéo à la demande ont changé les habitudes des téléspectateurs. De même, la multiplication des écrans, avec la multiplication des tablettes, des ordinateurs portables et des Smartphones, a conduit à une segmentation des pratiques. La télévision a perdu son statut de lieu de rassemblement à heures fixes, de la famille. Désormais, chacun peut se constituer son programme voire regarder plusieurs programmes en même temps. La publicité s'est adaptée à cette nouvelle situation en investissant la sphère du digital dont le poids dans son chiffre d'affaires dépasse depuis le premier semestre de cette année celui réalisé via la télévision.

La presse écrite imprimée a été également confrontée à une migration importante de ses lecteurs. Le développement des sites en ligne, avec en particulier des pures players comme Huffington Post, Atlantico ou Mediapart mais aussi la concurrence des agrégateurs d'information que sont Google ou Yahoo, a fragilisé les vieilles gloires de la presse écrite qui peinent à définir un modèle en ligne à l'exception peut être du groupe « Le Figaro ». Les tergiversations entre le tout gratuit et le payant plus ou moins total ont rebuté les lecteurs qui s'en sont bien souvent détournés au profit de plateformes comme Facebook ou LinkedIn pour s'informer.

Les acteurs traditionnels doivent admettre la diminution du nombre d'abonnés. Ainsi, Canal + a perdu en 2013 plus de 185 000 abonnés et la chute s'est accéléré pour atteindre 400 000 en 2015. Au cours du seul premier trimestre 2016, Canal + a perdu 200 000 abonnés sur un total de 7,3 millions. La presse écrite a également vu fondre ses abonnements depuis une dizaine d'années. Certains titres comme la Tribune ont renoncé à la version papier. Compte tenu de la diminution des points de vente et des problèmes de distribution, les versions papier sont condamnées.

Face à cette mutation, les groupes de presse traditionnelle ont tendance à acquérir les nouveaux acteurs. Ainsi le Nouvel Observateur est entré au capital de Rue 89. Les groupes existant préfèrent acheter des start-up que de risquer un projet de croissance interne.

Les nouveaux acteurs des médias ont une approche client différente. Gagner et retenir le client est primordial. Il faut savoir se priver de recettes immédiates (les abonnements par exemple) pour monétiser la relation dans un second temps de manière directe ou indirecte (données sur les habitudes, liens sur des bannières...). Ce qui est crucial c'est d'avoir la masse, les flux...

Si le Groupe Figaro considère qu'il sera, sans nul doute, un des derniers à supprimer le papier du fait de l'âge élevé de son lectorat en particulier pour le Figaro Magazine, il est un de ceux qui ont le plus investi dans les nouveaux médias. Aujourd'hui, le Groupe Figaro est présent sur tous les créneaux de l'information numérique en France mais aussi à l'international. Afin d'atteindre une masse critique suffisante, il a ainsi racheté, à la fin de 2015, le groupe CCM Benchmark dont les sites sont consultés par plus de 20 millions d'internautes par mois (juin 2015 - hors mobile selon Médiamétrie NetRatings). Avant sa fusion avec le groupe Figaro, CCM devançait, en France, son

concurrent Webedia et talonnait SoLocal Group (Pages Jaunes) et Orange. Ces groupes étaient tous devancés par le trio de tête Google, Microsoft et Facebook.

CCM est l'acronyme de « Comment ça marche ». Il s'agit d'un forum qui permet aux internautes de s'entraider lorsqu'ils rencontrent un problème informatique, le site étant depuis disponible en neuf langues. La même approche a été développée avec « Droit-Finances » ou « Santé-Médecine ». CCM, c'est aussi « L'internaute », « Le journal du Net », « Le journal des femmes » et « Copains d'avant ».

La logique publicitaire et marketing explique donc d'abord le rachat de CCM Benchmark par le groupe Figaro, le nouvel ensemble affiche une audience de près de 24 millions de visiteurs dupliqués sur le web, se rapprochant ainsi de l'audience de Facebook en France (un peu plus de 26 millions). Néanmoins, il demeure loin derrière Microsoft (35 millions) ou Google (41 millions).

En additionnant les lecteurs sur papier et sur Internet du groupe Figaro, aux internautes de CCM-Benchmark, ce sont 40,4 millions de Français chaque mois, soit 80 % de la population en âge de lire qui peuvent être touchés. Parmi ces Français, 12 millions sont des ménagères de moins de 50 ans et autant des cibles CSP+, que la régie estime pouvoir atteindre à 60 % en moins de dix jours, ce qui l'érige au même rang que les régies des médias sociaux ou des grandes chaînes de télévision. Le nouvel ensemble touche en tout 12,5 millions d'internautes sur le mobile.

Le groupe Figaro a opté pour un développement reposant sur un grand nombre de canaux, sur des contenus et du partage. Cette stratégie est proche de celle du groupe Springer. En jouant sur une segmentation fine, elle se distingue de celle de Google et, dans une moindre mesure, de celle de Microsoft ou de Facebook. Le Groupe Figaro réalise désormais 34 % de son chiffre d'affaires dans le numérique et 60 % de son bénéfice opérationnel.

### **Du design au management, les nouvelles règles de la net-économie**

En quelques années, des entreprises comme Google, Facebook, Amazon, Airbnb, Uber... sont devenues des leaders mondiaux. Leur réussite repose sur une capacité à changer en permanence et à réagir très rapidement face à de nouvelles situations économiques, réglementaires ou techniques. Bien souvent, ces entreprises sont organisées en petites équipes laissant place à l'innovation et constituées de nombreux créatifs. Le pouvoir est souvent laissé à ceux qui créent les produits. Ainsi, chez Google, ce sont les codeurs qui sont en charge de l'entreprise. En 2001, Larry Page a ainsi décidé de licencier de très nombreux créateurs de projet jugés trop administratifs qui, selon lui, bridaient la créativité. Il a alors promu ceux en charge de la production. Il a également demandé aux salariés d'être pluridisciplinaires et de prendre en charge l'ensemble des processus, de la création à la distribution. Dans de très nombreuses entreprises digitales, l'accent est mis sur le croisement des compétences. Par ailleurs, la création itérative est au cœur des process.

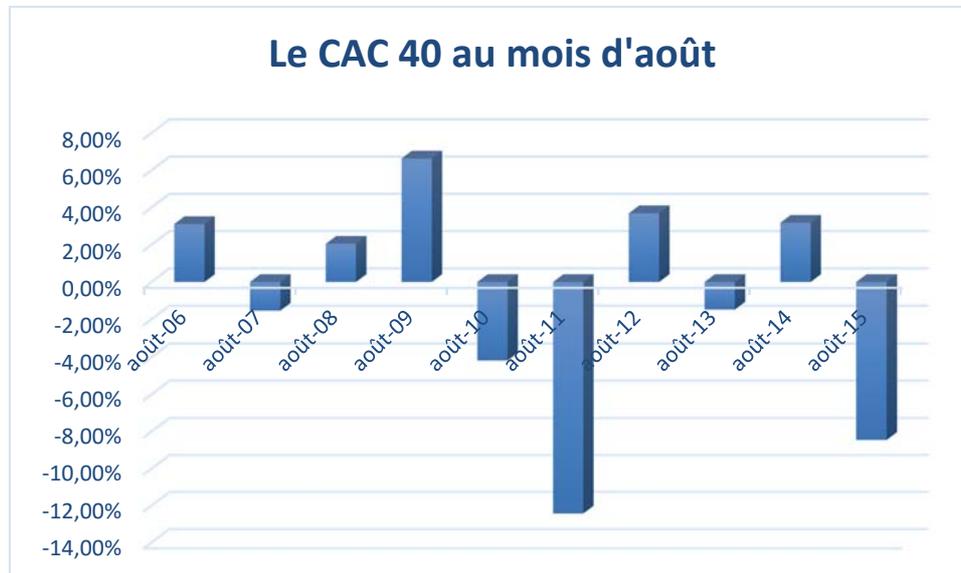
À la différence des anciens modes d'organisation, la notion de connaissances a perdu de sa valeur. Grâce à Internet, l'accès à l'information s'est banalisé. Ainsi, les responsables de la société Agricoool ont réussi à concevoir le premier container de production de produits bio en ville sans recourir à un seul ingénieur agronome. Ils ont avoué avoir appris en ligne.

Le design et le marketing deviennent des fonctions centrales. Le succès de Facebook ou d'Apple n'est pas sans lien avec le design employé. La simplicité d'Apple, la pureté des lignes, le logo jouent un rôle clef pour Apple tout comme l'ergonomie de la plateforme de Facebook. Le moteur de recherche de Google s'est imposé par son design autant que par son efficacité. Les Internautes ont tout de suite compris le fonctionnement de ce moteur de recherche dont la page d'accueil n'est constituée que d'une barre de recherche. Le design doit susciter l'empathie. Il doit être approprié par l'Internaute.

La force des nouveaux seigneurs du Net est de tester en permanence leurs solutions. Ainsi, Amazone est capable de tester en parallèle des améliorations de son site, des produits. En fonction des comportements des Internautes, il pourra opter pour l'une ou l'autre des solutions. Google mène en permanence des expériences en nous utilisant comme cobayes. Ce qui compte, c'est d'attirer dans les mailles du filet de plus en plus de personnes afin de recueillir des informations qui seront analysées et revendues. Pour cela, tous les moyens sont bons, du piratage des fichiers mails aux bandeaux alléchants en passant par les jeux...

## LE COIN DU GRAPHIQUE DE LA SEMAINE

### Quand les mois d'août sont devenus les chats noirs des actionnaires



Avant, les krachs intervenaient à l'automne et plus précisément en octobre. Il en a été ainsi en 1929 ou 1987. Les investisseurs craignaient la rentrée. Ils avaient tendance à sur-réagir à quelques mois de la fin de l'année avec l'arrivée des premières tendances sur l'année en cours et les premiers frimas.

Depuis quelques années, l'été a remplacé l'automne sans que cela soit imputable au changement climatique. L'été est ainsi devenu la saison maudite. La Grande récession a commencé durant l'été 2007. Si le mois d'août 2008 fut positif, il faisait suite à un mois de juin effroyable pour le CAC 40. En 2011, entre juillet et août, les bourses européennes avaient perdu le quart de leur valeur du fait de la crise grecque. En 2013, en pleine récession de la zone euro, le mois d'août fut également difficile. La crise financière en Chine, en 2015, toujours au mois d'août, avait fait plonger le CAC 40 de 8 %.

Pourquoi le mois d'août est devenu un mois à éviter ? Avec la circulation de plus en plus rapide de l'information, les investisseurs ont, dès la fin du second semestre, une idée précise du profil de l'année. Il y a aussi le fait que la moindre activité peut occasionner un surcroît d'anxiété et des prises de conscience redoutables. En outre, sur un marché étroit avec peu d'offres, l'effet boule de neige est plus facile. Quelques mauvaises nouvelles provoquent une série d'ordres que rien ne peut contrarier d'autant plus que l'automatisation accélère les mouvements.

De toute façon, le mois d'août a, de longue date, été synonyme de coup de Trafalgar. Il est souvent utilisé par les pouvoirs publics pour faire passer des mesures

impopulaires ou importantes. La fin de convertibilité du dollar n'est-elle pas intervenue un certain 15 août 1971 ?

Pour 2016, faut-il s'attendre à un mois d'août noir? Par nature, un krach est imprévisible. Néanmoins, pour se rassurer, il convient de souligner que nous avons, pour cette année, eu notre lot de mauvaises nouvelles avec :

- Le ralentissement de l'économie chinoise
- Le Brexit
- La succession d'attentats

Des mauvais résultats au Royaume-Uni, une intensification des attentats, la multiplication des tensions internationales mais aussi des difficultés bancaires pourraient évidemment mettre le feu aux poudres. En ce qui concerne la question des créances douteuses de certaines banques italiennes ou grecques, Mario Draghi a pris les devants en mentionnant clairement lors de la dernière réunion de la BCE que cette dernière était prête à prendre des initiatives en la matière.

## AGENDA ECONOMIQUE DE LA SEMAINE

### Lundi 1<sup>er</sup> août

En **Chine**, il faudra suivre la publication **des indices NBS-PMI manufacturier et PMI manufacturier Caixin** du mois de juillet.

Au **Japon**, sera publié **l'indice PMI manufacturier Nikkei** du mois de juillet.

Pour **l'Espagne, l'Italie, la France, l'Allemagne, la Grèce, la zone euro, le Royaume-Uni et les États-Unis**, il faudra regarder **l'indice Markit - PMI manufacturier** du mois de juillet.

En **Italie**, sera rendue publique **la production industrielle** du mois de juin

Aux **États-Unis**, il faudra suivre **les dépenses de construction** de juin.

Au **Japon**, seront publiés **les minutes de la réunion de politique monétaire** de la Banque centrale.

### Mardi 2 août

Au **Japon**, il faudra suivre **l'indice de confiance des consommateurs** du mois de juillet.

Pour la **zone euro**, il faudra regarder **l'indice des prix à la production** du mois de juin.

Aux **États-Unis**, seront communiqués **les dépenses de consommation et les revenus des ménages** du mois de juin. Il faudra également suivre **l'indice Redbook, l'indice ISM de New York, l'indice d'optimisme économique et les ventes totales de véhicules**.

### Mercredi 3 août

En **Chine**, sera rendu public **l'indice PMI des services Caixin** de juillet.

En **Espagne**, sera publié **le taux de chômage** du mois de juillet.

Pour **l'Espagne, l'Italie, la France, pour l'Allemagne, la zone euro, le Royaume-Uni et les États-Unis** seront publiés **les indices Markit – PMI des services**.

Pour **la France, l'Allemagne, la zone euro, le Royaume-Uni et les États-Unis** seront communiqués **l'indice PMI composite Markit** de juillet.

Pour l'**Union européenne** seront rendues publiques **les ventes au détail** du mois de juin.

Aux **États-Unis**, il faudra regarder l'**indice ISM Non manufacturier** de juillet.

Au **Japon**, sera communiqué **le résultat des investissements étrangers**.

#### **Jeudi 4 août**

En **Grèce**, sera connu **le taux de chômage** du mois de mai.

Au **Royaume-Uni**, seront attendues **les éventuelles décisions** de la **Banque centrale sur la politique monétaire**.

#### **Vendredi 5 août**

En **Allemagne**, il faudra suivre **les commandes d'usine**.

En **France** sera connu **le résultat de la balance commerciale** du mois de juin. Seront également publiés **les chiffres de l'exécution budgétaire** du mois de juin.

Aux **États-Unis**, seront très suivis **les résultats de l'emploi du mois de juillet** (taux de chômage, revenu horaire moyen et taux de participation au marché du travail). Seront également publiés **les résultats de la balance commerciale** de juin, l'évolution **du crédit à la consommation** en juillet et le **décompte des forages pétrolier**.

**La Lettre Économique est une publication de Lorello Ecodata**

**Comité de rédaction : Philippe Crevel, Sarah Le Gouez et Christopher Anderson**

**Toute utilisation totale ou partielle des articles de la lettre doit fait l'objet d'une autorisation.**

**Sites Internet : [www.lorelo.fr](http://www.lorelo.fr)**

#### **Pour tout contact et correspondance**

- Par téléphone : 06 03 84 70 36
- Par email : [phcrevel@lorelo.fr](mailto:phcrevel@lorelo.fr)
- Adresse : LORELLO ECODATA – 7, rue Falguière – 75015 Paris

#### **Abonnement : à adresser à [phcrevel@lorelo.fr](mailto:phcrevel@lorelo.fr)**

**Je m'abonne à La Lettre Eco de Lorello Ecodata pour un an : 52 numéros de la lettre**

**Un lecteur : 750 euros TTC**

**De 2 à 10 lecteurs : 1 300 euros TTC**

**Au-delà de 10 lecteurs contacter le service abonnement**

Pour garantir une mise en place rapide de votre abonnement, nous vous demandons de bien vouloir compléter l'ensemble des informations demandées.

#### **Adresse de facturation**

Nom -----

Prénom -----

Fonction: -----

Organisme: -----

Adresse: -----

-----

Code Postal -----Ville -----

Pays

Tél.: -----

E-mail:-----

#### **Mode de paiement**

**Chèque bancaire à l'ordre de : LORELLO ECODATA**

**Virement bancaire**

SARL LORELLO ECODATA

IBAN : FR76 3000 4014 9700 0101 8683 627 / BIC : BNPAFRPPNIC