

LA REVUE DE PRESSE #1

L'équipe stratégie et communication SCOPIC et la prospectiviste Marguerite Grandjean vous aident à décrypter l'actualité à travers une revue de presse hebdomadaire pour mieux comprendre l'entreprise dans le monde de demain

DE L'INTENSITÉ DE LA CRISE

Pourquoi on ne peut pas croire à un retour à la normale

#grandesquestions



Hervé Gardette, chroniqueur sur la transition écologique, s'interroge sur l'effondrement et la crise sanitaire et prévoit des conséquences : « cette épreuve va nous conduire à repenser en profondeur nos modes de vie et notre système de relations, lorsqu'il sera mis un terme au confinement. »



La philosophe Cynthia Fleury, souligne la portée des événements : « Nous sommes à un moment charnière [...]. on va devoir combattre ceux qui vont nous raconter demain qu'il va falloir continuer à faire comme avant. ». Isabelle Stengers met en garde contre le biais inverse : croire que tout va changer pour le mieux.



Le chroniqueur Jean-Marc Vittori n'y va pas par quatre chemins : « Le choc va être énorme, gigantesque, méga. » Il cite l'institut de conjoncture allemand IFO, qui prévoit pour la France entre 7 et 18 points de PIB en moins en 2020 par rapport au taux annuel de croissance.

Les consommateurs le savent

#implicationdespartiesprenantes



Les consommateurs européens s'attendent à une forte crise économique. Le cabinet de conseil McKinsey a interrogé les consommateurs (échantillons représentatifs) dans 16 pays du monde entre le 24 et le 29 mars sur leur vision de l'impact économique de la crise. En plein cœur de la crise sanitaire, les Français et plus largement les Européens sont les plus pessimistes (par rapport aux Etats-Unis, au Royaume-Uni et à la Chine notamment) sur la durée de la crise économique et la capacité à rebondir.

Comment les entreprises s'engagent

#impactpositif



Face à la crise sanitaire qui s'abat sur nous, beaucoup d'entreprises ont mobilisé leurs capacités de production ou de financement pour s'engager dans la lutte contre le virus (Décathlon, LVMH...) ou dans le soutien de ses clients et collaborateurs et de la société civile (MAIF, C'est qui le patron ? Chanel...)



Les PME aussi s'impliquent, même s'ils sont moins visibles dans les médias. L'ESSEC en montre une partie en recensant les actions de ses anciens élèves : de « la biscuiterie Maison Drans [Sarthe], [qui] a fait parvenir 50 kgs de ses sablés artisanaux au CHU du Mans », aux « Tissages de Charlieu [Rhône-Alpes, qui] a converti 100% de sa fabrication pour produire des masques ».



X