

TOURNÉS vers **l'avenir**

De quelle façon la COVID-19 change-t-elle la donne pour les investisseurs à long terme?

JUILLET 2020: Résumé

Après la COVID-19, le monde sera différent. Cela signifie que la reprise naissante comportera de nouveaux risques pour les investisseurs à long terme, mais qu'elle sera également une source de nouvelles occasions.



À Investissements RPC, nous anticipons sur les tendances et les enjeux mondiaux à mesure que nous investissons pour les prochaines générations. Pour en savoir plus sur nos plus récents points de vue, consultez le site investissementsrpc.com/fr/thinking-ahead.

Les grands événements de l'histoire façonnent les gens et les sociétés. La génération qui a grandi pendant la Grande Dépression est reconnue pour sa forte propension à épargner. Alors que la génération de la Seconde Guerre mondiale a hérité d'une attitude stoïque et de la conviction que le travail acharné paye. Les cohortes plus jeunes qui ont ressenti les effets de la récession de 2008 dépendent moins, même des années plus tard, et sont plus susceptibles d'utiliser des coupons de réduction et d'acheter des articles en solde. Les crises peuvent également conduire à une modification des priorités nationales et à la création de nouvelles alliances, et même remodeler le paysage géopolitique.

QUATRE SECTEURS SUSCEPTIBLES D'AVOIR UN EFFET SUR LES PLACEMENTS APRÈS LA PANDÉMIE



Comportement des consommateurs



Soins de santé et politique de protection des renseignements personnels



Villes et infrastructures



Chaînes d'approvisionnement

Pour les investisseurs à long terme, il est essentiel de comprendre ces changements générationnels. En effet, ils indiquent d'où la demande devrait provenir, quelles seront les nouvelles sources d'innovation et de perturbations et comment les changements apportés à la politique et à la réglementation transformeront les économies; tout cela pouvant avoir une incidence directe sur un portefeuille mondial.

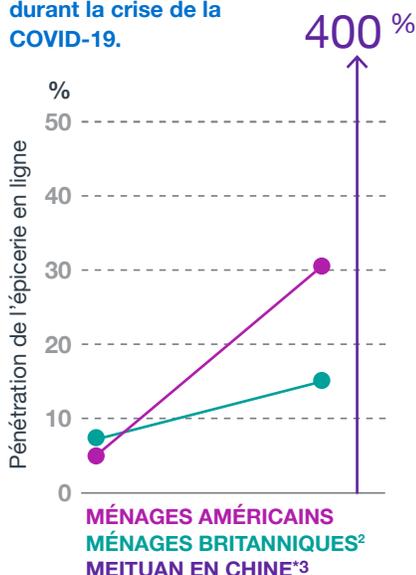
C'est pourquoi, à Investissements RPC, nous nous efforçons de repérer systématiquement les nouvelles habitudes et croyances qui définiront probablement l'ère post-COVID-19. Afin de nous assurer de couvrir l'ensemble des changements, nous avons réparti nos efforts en quatre secteurs susceptibles d'avoir une incidence sur les placements : les changements permanents dans le comportement des consommateurs, les répercussions à long terme sur les soins de santé et la politique de protection des renseignements personnels, les conséquences sur les villes et les infrastructures et les nouveaux impératifs pour les chaînes d'approvisionnement mondiales. Pour chaque secteur, nous avons examiné les données quantitatives et qualitatives, notamment celles compilées dans des recherches existantes d'organisations respectées ainsi que dans nos propres enquêtes et recherches exclusives. De plus, nous avons fait appel à l'expertise de plus de 40 professionnels de notre caisse et avons mené des entrevues avec des experts et des spécialistes externes, dont certaines personnes qui œuvrent au sein des sociétés du portefeuille d'Investissements RPC et des partenaires de placement.

Nous avons trouvé toute une série d'effets liés à la COVID-19, dont certains sont attribuables à des changements radicaux de comportements imposés durant le confinement, d'autres à des préoccupations liées à la santé et à l'économie ou encore à l'incertitude politique. Nous nous attendons à ce que certains de ces effets soient durables, tandis que d'autres seront de nature temporaire. Notre objectif est de cerner les changements qui seront durables et progressifs. Vous trouverez ci-dessous quelques-unes des principales conclusions de nos recherches.

Sauf indication contraire, les renseignements et les données appartiennent à Investissements RPC.



Le taux de pénétration de l'épicerie en ligne a fortement augmenté durant la crise de la COVID-19.



Les paiements sans contact au moyen de portefeuilles et de cartes numériques gagnent en vigueur dans tous les marchés.



+20 %



+9 %

Par ailleurs, on s'attend à ce que les espèces et les chèques continuent de perdre en popularité, en raison des préoccupations liées à la sécurité.



-23 %



-21 %

Comportement des consommateurs

Les consommateurs, qui ont été confinés pendant des mois et qui ont été obligés de s'adapter rapidement aux risques sanitaires et aux perspectives économiques, émergent d'un traumatisme collectif qui changera leurs priorités et leurs préoccupations pour les années à venir.

- Pendant les mois de confinement, **l'accroissement de l'utilisation du commerce électronique** a été largement médiatisé. Toutefois, en creusant un peu plus, il est possible d'en extraire d'importants renseignements. Par exemple, l'épicerie en ligne a bondi, 31 % des ménages américains ayant eu recours à ces services en mars 2020, contre 13 % en août 2019, mais cela pourrait ne pas indiquer un changement permanent.¹ En effet, de nombreux consommateurs ont donné une piètre note à ces services, les estimant peu commodes et de mauvaise qualité. L'autre défi de taille dans un secteur à faible marge est que de nombreux épiciers américains perdent de l'argent sur leurs commandes en ligne et devront investir dans des infrastructures afin d'améliorer leur rentabilité.
- Les gains n'ont pas été également répartis. Les États-Unis et l'Europe semblent **rattraper rapidement la Chine en ce qui a trait au commerce électronique**, mais cela ne profite pas à tous les commerçants. Les grands joueurs omnicaux comme Amazon et Walmart ont une grande longueur d'avance sur les petits détaillants puisque ces derniers proposent une sélection d'articles plus limitée et disposent d'infrastructures nettement moins imposantes. Les principaux facteurs de consommation, soit un service de livraison gratuit et fiable, favorisent également les acteurs de plus grande taille.
- **Les segments démographiques ont leur importance.** Les consommateurs plus âgés, soucieux d'éviter les espaces publics bondés pour des raisons sanitaires, affirment désormais qu'ils prévoient accroître leur utilisation du commerce électronique pour tous les types d'achat, tandis que les **jeunes consommateurs, après des mois de confinement**, ont indiqué qu'ils étaient avides de retourner dans les magasins pour des achats plus discrétionnaires.
- Quant à savoir comment les magasins hors ligne vont s'en sortir, cela dépend lesquels. Lorsque les jeunes consommateurs aux États-Unis et en Europe retourneront dans les centres commerciaux, ils y trouveront sans doute moins de magasins, car les détaillants sont nombreux à déclarer faillite ou à résilier leurs baux. **En Chine, cependant, la transition de la vente en ligne à la vente hors ligne se poursuit** à mesure que de plus en plus de centres commerciaux accueillent un nombre grandissant de clients.
- Les **divertissements en ligne** de catégories comme celle des services de diffusion de musique et de vidéos en continu, payants ou non, de courte et de longue durée, semblent bien placés pour retenir de nouveaux utilisateurs, les coûts et la commodité associés aux divertissements hors ligne étant perçus négativement.

1. Sondage Brick Meets Click <https://www.digitalcommerce360.com/2020/03/30/online-grocery-shopping-soars-during-the-coronavirus-crisis>

2. Consommation de base mondiale, mai 2020, Barclays

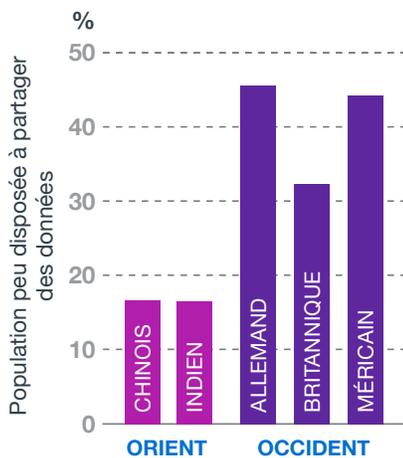
3. <https://www.brookings.edu/articles/will-chinas-e-commerce-reshape-a-reopening-world>



Soins de santé et politique de protection des renseignements personnels

Dans de nombreuses régions, les consommateurs sont réticents à l'idée de transmettre leurs données personnelles et ne le feront que dans certaines conditions. La crise de la COVID-19 a fait ressortir l'importance de comprendre l'attitude des consommateurs à l'égard de la protection de la vie privée.

À quel point les consommateurs sont-ils préoccupés à l'idée de partager des données personnelles avec le gouvernement et les sociétés?



- Pour les gouvernements occidentaux, les **préoccupations de longue date des consommateurs à l'égard de la protection des renseignements personnels** représentent un défi. La Chine et la Corée du Sud, qui ont toutes deux réussi à aplatir la courbe de nouveaux cas de COVID-19, l'ont fait en partie en effectuant un traçage des contacts à grande échelle, ce qui a nécessité la collecte de données personnelles de santé. Les consommateurs occidentaux sont plus réticents à partager ces données. Par exemple, selon nos recherches, près de la moitié des consommateurs américains et allemands **se disent préoccupés à l'idée de partager des données personnelles** avec le gouvernement et les sociétés, comparativement à moins de 20 % des consommateurs en Chine et en Inde.
- Les consommateurs ont peut-être raison d'être préoccupés. C'est que **par le passé, les changements de politique** dans le cadre desquels les gouvernements ont recueilli de nouvelles données ont eu tendance à **devenir permanents**. Qui plus est, même les règlements axés sur la protection des renseignements personnels, comme le règlement général sur la protection des données (RGPD) **en Europe, peuvent avoir des conséquences néfastes**, comme la création de nouvelles barrières à l'entrée.
- La **télesanté** constitue une autre tendance importante entraînée par la pandémie. Bien que seulement 20 % de la population des pays auxquels nous nous sommes intéressés l'aient utilisé, un tiers l'a essayé pour la première fois pendant la crise de la COVID-19. À plus long terme, l'adoption de ce service dépendra de la raison de la visite et de la capacité des fournisseurs à améliorer l'expérience. Aux États-Unis et au Royaume-Uni, les **niveaux de satisfaction se sont détériorés par rapport à ceux antérieurs à la COVID-19**, peut-être parce que l'utilisation de ce service a dû être étendue au-delà des examens de routine (ou parce que ce type de consultation répondait moins bien aux besoins des patients). En revanche, les répondants en Inde et en Chine ont continué d'accorder une note élevée à ce procédé.



Villes et infrastructures

Les villes sont le reflet des gens qui y vivent. Des transports en commun aux rassemblements publics, peu d'aspects de la vie urbaine ne porteront pas les stigmates de la COVID-19.

- Le **télétravail**, une tendance qui se dessinait lentement avant la COVID-19, s'est considérablement accéléré pendant la crise. De fait, environ 50 % des travailleurs en Chine⁴, au Royaume-Uni⁵ et aux États-Unis⁶ travaillaient à partir de chez eux, contre 5 % ou moins auparavant. Lors de la dernière semaine de mars 2020, jusqu'à quatre Canadiens sur dix travaillaient à distance.⁷ Les employeurs comme les employés ont trouvé cet arrangement plus satisfaisant que ce à quoi on pouvait s'y attendre. Un certain nombre de grandes sociétés, dont Facebook, la Banque de Montréal, Tata Consultancy Services et Optus, ont annoncé des plans à long terme visant à faciliter le télétravail.
- Par conséquent, nous prévoyons une hausse à long terme du télétravail, mais davantage sous forme d'**horaires souples** qui permettent de travailler à la maison quelques jours par semaine, plutôt qu'un abandon massif du travail au bureau. Les sociétés qui **permettent le télétravail** (p. ex., les outils de collaboration et de productivité, la cybersécurité, l'infonuagique), l'**automatisation** et les secteurs spécialisés dans l'**assainissement des bureaux** (CVC, gestion des immeubles, entretien ménager) devraient tirer parti de la crise.
- La tendance au télétravail aura d'importantes répercussions, car les sociétés évalueront le bien-fondé de conserver la superficie de leurs bureaux ou de la réduire. Alors que les entreprises évaluent le bien-fondé de conserver la superficie de leurs bureaux ou de la réduire, on pourrait observer un **éloignement de la population hors des grands centres urbains**. Disposant d'une plus grande souplesse en ce qui a trait à leur lieu de travail, les employés qui cherchent plus d'espace et moins de foules migreront plus loin du centre-ville. Cela devrait accélérer la croissance déjà amorcée des villes de taille moyenne aux États-Unis et en Europe.
- La crise sanitaire **modifie également les habitudes en matière de mobilité**, les options partagées, comme le transport en commun et le service de covoiturage, ayant été délaissées par les consommateurs, du moins à court terme, en faveur de la marche, du vélo et des déplacements au moyen leur propre voiture.



Chaînes d'approvisionnement

Il y a un nouveau mot dans l'univers des chaînes d'approvisionnement, et ce n'est pas « mondial ». Dans un contexte de hausse des coûts de la main-d'œuvre et de risque géopolitique accru, les sociétés se concentrent désormais sur la résilience. La crise de la COVID-19, qui a mis en lumière la faiblesse de la chaîne d'approvisionnement dans de nombreux secteurs, incite les sociétés à réévaluer l'endroit à partir duquel elles fabriquent leurs produits et elles s'approvisionnent ainsi que leur façon de procéder.

4. <https://globalworkplaceanalytics.com/tag/china>

5. <https://ec.europa.eu/eurostat/fr/web/products-eurostat-news/-/DDN-20180620-1>

6. <https://data.census.gov/cedsci/profile?q=United%20States&g=0100000US&tid=ACSDP1Y2018.DP05>

7. <https://www150.statcan.gc.ca/n1/pub/45-28-0001/2020001/article/00026-fra.htm>

- Les sociétés qui ont profité au cours des dernières décennies de la montée du secteur manufacturier chinois réévaluent le bien-fondé d'une telle stratégie plus rapidement, bien que les coûts demeurent un facteur clé. Nous nous attendons à ce que **les chaînes d'approvisionnement mondiales deviennent de plus en plus complexes**, plutôt que l'inverse, car la COVID-19 et les tensions géopolitiques incitent les sociétés à accroître leur sécurité en se **tournant vers d'autres pays** ou en recourant à des sources d'approvisionnement multiples. L'Inde, l'Asie du Sud-Est et les acteurs régionaux, comme le Mexique et la Pologne, sont les mieux placés pour accueillir petit à petit les activités exercées en Chine.
- Cette complexité avantage les fournisseurs de **logiciels de chaîne d'approvisionnement** (qui offrent de la visibilité) et d'**automatisation** (qui peuvent compenser la hausse des coûts de la main-d'œuvre et améliorer l'efficacité).
- Les efforts déployés durant la pandémie pour se procurer du matériel médical essentiel, comme des ventilateurs et de l'équipement de protection, entraîneront une division de la chaîne mondiale d'approvisionnement en soins de santé entre les États-Unis, l'Europe et la Chine qui voudront accroître l'**indépendance de la chaîne d'approvisionnement**, même si cela doit les forcer à limiter les investissements étrangers directs.

Alors que la COVID-19 laisse son empreinte sur les consommateurs, les entreprises et les gouvernements, nous continuerons de surveiller et d'évaluer l'évolution de la conjoncture dans le cadre de nos efforts continus de gestion du risque. Il est essentiel pour l'investisseur à long terme de gérer le risque tout en étant capable de reconnaître les véritables occasions. C'est ce qui nous permet d'investir dans des entreprises qui mèneront le monde vers un avenir plus sûr et plus durable.

À propos des auteurs

Ce travail tient compte des commentaires des professionnels des placements et des services internes à l'échelle d'Investissements RPC, dans le cadre d'une initiative menée par l'équipe de Placements thématiques.



CAITLIN WALSH

Gestionnaire de portefeuille principal, Placements thématiques
Bureau de San Francisco

Caitlin Walsh a pour mandat de constituer nos portefeuilles thématiques offrant un bon potentiel de croissance à long terme. Elle a récemment fondé notre bureau de San Francisco pour l'équipe Placements thématiques. Elle gère les stratégies liées à l'automobile et aux changements climatiques au sein de l'équipe Placements thématiques. M^{me} Walsh était l'un des membres fondateurs de l'équipe Placements thématique à Toronto, qui mène des recherches exclusives sur les thèmes et investit dans des entreprises susceptibles d'être rentables.

Avant d'entrer au service d'Investissements RPC en 2014, elle a dirigé des équipes de services-conseils en stratégie à Bain & Co. Elle a également travaillé à Basswood Partners, un fonds de couverture établi à New York, et à Merrill Lynch dans le secteur des services bancaires d'investissement.

M^{me} Walsh est titulaire d'un baccalauréat ès sciences en mathématiques de l'Université McGill et d'une maîtrise en administration des affaires (avec distinction) de la Booth School of Business de l'Université de Chicago.



RUBY GREWAL

Gestionnaire de portefeuille, Placements thématiques
Bureau de Toronto

M^{me} Grewal est responsable de la stratégie de détail 4.0 au sein de l'équipe Placements thématiques et possède une vaste expérience en recherche fondamentale.

Avant d'entrer au service d'Investissements RPC en 2015, M^{me} Grewal a occupé le poste de vice-présidente, Recherche, chez Hansberger Global Investors (une filiale de Natixis Global Asset Management), et était responsable de la couverture de plusieurs secteurs mondiaux, dont les télécommunications, les médias, la consommation discrétionnaire et de base et l'immobilier.

M^{me} Grewal est titulaire d'un baccalauréat en commerce de l'Université de Toronto.