

Economie & Finance

30 milliards

PFIZER PRÉVOIT D'ÉCOULER CETTE ANNÉE POUR 33,5 MILLIARDS DE DOLLARS, SOIT 30,36 MILLIARDS DE FRANCS DE VACCINS contre le Covid-19 développés en partenariat avec l'allemand BioNTech. C'est bien plus que les 26 milliards de dollars sur lesquels le groupe avait dit tabler en mai.

EMMA WALMSLEY
Patronne de GSK

Sous pression notamment à cause du retard dans la production d'un vaccin et d'accusations de gestion inefficace, elle a présenté mercredi les résultats mitigés du géant pharmaceutique.



-7,64%

A LA BOURSE SUISSE, ADECCO PLONGE DE 7,64% À 56,78 FRANCS SUISSES. Le groupe suisse, spécialiste du travail temporaire, compte réaliser l'une des plus grosses acquisitions de son histoire avec le rachat du groupe français Akka Technologies, valorisé à 2 milliards d'euros.

SMI	12 073,23	+0,43%	Dollar/franc	0,9134	↓
Euro/franc	1,0789	↓	Euro/dollar	1,1810	↓
Euro Stoxx 50	4103,03	+0,94%	Livre st./franc	1,2682	↓
FTSE 100	7016,63	+0,29%	Baril Brent/dollar	74,81	↑
			Once d'or/dollar	1801	↑

Les maîtres du monde battent leurs records

TECHNOLOGIE Les résultats publiés dans la nuit de mardi à mercredi par les géants de la tech confirment l'extension de leur empire. Apple, Google et Microsoft bénéficient tant de la pandémie que de son atténuation. Rien ne semble en mesure de les freiner

ANOUGH SEYDTHAGHIA
@Anouch

Les chiffres étaient attendus en hausse. En réalité, ils ont atteint des sommets. Chaque dans son domaine, Apple, Google et Microsoft ont battu des records lors du dernier trimestre. Publiés dans la nuit de mardi à mercredi, leurs résultats montrent que les tendances esquissées ces derniers mois se confirment. Ces géants de la tech ont été les grands vainqueurs de la pandémie. Et la fin de la crise sanitaire qui se dessine leur profitera davantage encore. Et rien, de la pénurie de puces informatiques aux tentatives de régulation, ne semble sérieusement capable de contrarier l'expansion de ces multinationales à moyen terme.

Google, imbattable en publicité

Bien sûr, Google, Apple et Microsoft ont chacun leurs spécificités et sont actifs dans des marchés parallèles. Mais des traits communs les réunissent. Le fait que des milliards de Terriens aient passé, ces derniers mois, un temps accru devant leurs écrans – téléphones ou ordinateurs – leur a directement bénéficié. La demande pour les services en ligne a explosé. Et aujourd'hui, les géants du numérique profitent de la reprise, de l'accroissement de la consommation et des voyages rendus de nouveau possibles. C'est ainsi qu'Apple (21,7 milliards de dollars), Google (18,5 milliards) et Microsoft (16,5 milliards) ont cumulé plus de 56 milliards de bénéfices en trois mois. Ces sociétés, dont la valeur totale excède les 6000 milliards de dollars en bourse, ont chacune battu un record.

Jamais Google n'avait vu son chiffre d'affaires augmenter pareillement: avec une hausse sur une année de 62% à 61,88 milliards de dollars, la multinationale a battu toutes les attentes. Les consommateurs effectuent davantage de recherches sur internet, cliquent sur plus de publicités et interagissent plus fréquemment avec des vendeurs en ligne. D'où une explosion prévue des revenus publicitaires pour cette année: Google devrait générer 130 milliards de dollars de recettes en 2021, soit 25% de plus qu'en 2020, selon la société de recherche eMarketer. A lui seul, Google avalera 28,6% des revenus publicitaires à l'échelle de la planète.

Monstre sur le marché de la publicité, Google le devient aussi sur celui de la vidéo. L'effacement de la pandémie aurait pu atténuer l'attrait de YouTube. Mais il n'en est rien. La plateforme vidéo a rapporté 7 milliards de dollars à Google lors du dernier trimestre, soit le double de l'année passée et 1 milliard de plus que lors du trimestre précédent. Et le format court, YouTube Shorts, destiné à concurrencer TikTok, semble décoller, avec 15 milliards de visionnements par jour, contre 6,5 milliards au début de l'année.

Il reste a priori un point à améliorer pour Google: sa part de marché sur le marché du cloud, estimée à 6% par la société de recherche Gartner. Un marché dominé par Amazon (41%) et Microsoft (20%).

Apple profite des abonnements

La multinationale dirigée par Tim Cook tient elle aussi un record: jamais Apple n'avait eu, en quarante-cinq ans d'histoire, un troisième trimestre fiscal si bon.

DES GÉANTS DOPÉS PAR LA PANDÉMIE

Actions d'Alphabet (Google), Apple et Microsoft depuis 5 ans



Monstre sur le marché de la publicité, Google le devient aussi sur celui de la vidéo

Phénomène intéressant, les revenus liés à l'iPhone sont en baisse. Ils ne représentaient «que» 52% du chiffre d'affaires d'Apple lors du dernier trimestre, loin du record de 62% enregistré en 2018. Cela ne veut pas dire que l'iPhone 12, lancé en automne 2020, n'a pas été un succès: le chiffre d'affaires lié au téléphone a progressé de 49,7% par rapport à la même période l'année passée.

Et c'est loin d'être terminé: «Nous sommes au tout début

de la 5G», a affirmé Tim Cook, suggérant qu'il reste encore une masse considérable de clients d'Apple qui doivent prochainement renouveler leur iPhone. Et malgré une pénurie mondiale de puces, la société a réussi à ne pas être touchée par ce phénomène.

Ce sont surtout les services qui rapportent de plus en plus à Apple, un secteur particulièrement intéressant grâce à des revenus récurrents, que ce soit

pour des jeux ou des services de stockage cloud. Les revenus liés aux services ont bondi de 33% sur un an, à 17,5 milliards de dollars. Tim Cook a révélé qu'Apple compte désormais 700 millions d'abonnés payants à au moins un de ses services, une progression de 150 millions d'abonnés en un an. Sachant qu'Apple compte plus de 1 milliard d'utilisateurs quotidiens de son iPhone et que leur loyauté est importante, une hausse des revenus liés aux services est programmée pour les prochains trimestres.

Microsoft, présent partout

Le record de Microsoft, c'est le bond de son chiffre d'affaires,

à 46,2 milliards de dollars. Jamais la société dirigée par Satya Nadella n'avait autant gagné en un trimestre. Son entreprise est sans doute la plus sous-cotée par les géants de la tech. Sans faire de bruit, sans être la cible de poursuites pour pratiques anticoncurrentielles, Microsoft bâtit un empire numérique. Que ce soit le marché de la bureautique en ligne, de l'éternel Windows (dont la version 11 vient d'être présentée), les vidéoconférences, les jeux, la cybersécurité et les services cloud, Microsoft est partout. «Nous gérons de la croissance, comme nous l'avons vu dans notre cloud commercial, mais aussi dans de nouvelles franchises que nous avons développées, y compris les jeux, la sécurité et LinkedIn, qui ont tous dépassé les 10 milliards de revenus annuels sur les trois dernières années», a déclaré Satya Nadella.

Microsoft, qui fait partie des gagnants de l'appel d'offres de la Confédération pour son cloud, a vu ses revenus dans ce domaine bondir de plus de 50% lors du dernier trimestre. La multinationale a aussi profité de l'essor du nombre d'abonnements à sa suite bureautique Office 365, avec une hausse de 17% des revenus.

Ni Google, ni les autres services gratuits en ligne ne parviennent à lui faire de l'ombre. Ni Zoom, d'ailleurs, pour les vidéoconférences: le service Teams de Microsoft revendique désormais plus de 250 millions d'utilisateurs réguliers.

Les résultats de Facebook et d'Amazon, attendus cette semaine, confirmeront sans doute cette mainmise des cinq géants de la tech sur le monde numérique. ■

Mesurer la performance, oui, mais le bien-être aussi

TRAVAIL Dans l'univers professionnel où les données chiffrées sont légion, elles restent moins fréquentes en matière de ressources humaines. Des outils existent pourtant et s'avèrent profitables aux employés comme aux dirigeants

JULIE EIGENMANN
@JulieEigenmann

Au travail, la tendance consiste à privilégier les données quantifiables par rapport à celles qui ne le sont pas. En mettant par exemple d'un côté les heures travaillées, les performances et les résultats, et de l'autre le bien-être et la santé des collaborateurs.

Et pourtant, des outils existent pour mesurer aussi ces aspects qui, de prime abord, semblent plus subjectifs. Le Job-Stress-Analysis de Promotion Santé Suisse, instrument d'analyse en ligne, permet d'obtenir ponctuellement une image détaillée des contraintes et ressources au sein d'une entreprise. Le niveau d'engage-

ment suscité par un manager est aussi un indicateur du bien-être des collaborateurs que Raphaël H. Cohen, qui dirige une formation en leadership entrepreneurial à l'Université de Genève, encourage à utiliser depuis bien longtemps.

Repérer les risques de burn-out

C'est en partant du constat que ces dimensions RH étaient trop peu considérées que Shake Swiss, qui accompagne les entreprises lors de processus de changements, a lancé en 2020 l'outil «Yumodata», pour mesurer aussi le capital humain. «En matière de RH, les seuls chiffres qui existent concernent souvent le taux d'absentéisme ou la masse salariale», regrette Alexandre Graf, directeur général de Shake Swiss. Pour y remédier, tous les six mois, les collaborateurs des sociétés qui utilisent Yumodata reçoivent un questionnaire qui leur permet de rendre compte de leur performance (la productivité du personnel est

quantifiée en fonction de s'il est satisfait, engagé ou inspiré), mais aussi de leur ressenti. Et l'outil aura notamment pour objectif d'alerter sur les risques de burn-out, à travers une série de questions comme «Estimez-vous avoir un retard impossible à rattraper dans votre travail?» ou «Vous sentez-vous épuisé(e) psychologiquement?».

Un coup de sonde important pour prévenir plutôt que guérir, pour autant évidemment que les employés soient sincères dans leurs réponses. Si le risque de burn-out s'avère important, la personne est encouragée à consulter son médecin de famille ou est redirigée vers des professionnels qui peuvent lui venir en aide, mais sans intervention intrusive de la part de l'entreprise. Quand il s'agit de problèmes moins individuels, comme le manque d'autonomie d'un secteur, Yumodata fait office d'outil de management, avec des indicateurs en rouge et des plans d'action proposés pour améliorer la situation. Des données RH nécessaires, mais dont l'évolution est plus

importante que les chiffres eux-mêmes, note Alexandre Graf.

En télétravail, l'absence de signaux clairs

Au-delà de l'outil lui-même, mesurer ces facteurs s'avère plus nécessaire que jamais dans le monde professionnel d'aujourd'hui. «Avec la pandémie et le travail à distance les cadres n'ont souvent plus la possibilité, à travers par exemple des pauses-café, de sentir l'atmosphère du bureau et d'avoir accès à des signaux sur l'engagement et le bien-être des équipes, rapporte Alain Salamin, expert en ressources humaines. Bénéficier d'outils plus scientifiques et quantitatifs au niveau RH permet aussi d'avoir des discussions d'égal à égal avec d'autres départements qui travaillent avec des données chiffrées.»

Disposer de davantage de chiffres sur ces problématiques permettrait en outre de prendre plus au sérieux des questions de santé et de bien-être au travail, qui sont pour l'heure souvent négligées.

Reste une grande interrogation, celle du risque d'une surveillance accrue du personnel par les entreprises avec ces outils. «S'ils sont correctement utilisés, ils devraient être à l'avantage du collaborateur. Mais si ce n'est pas le cas, cela pourrait être problématique, en particulier en ce qui concerne la mesure de performance», croit Alain Salamin.

Un danger qui n'en est pas un avec Yumodata, selon Alexandre Graf: les données sont anonymes et l'employeur n'a pas les moyens de recouper les informations. «C'est davantage une pression sur le management, si un problème arrive: impossible de dire qu'on ne savait pas, qu'il n'y avait pas de signaux.»

C'est peut-être le principal intérêt de tels outils: amener les dirigeants d'entreprise à s'interroger en continu sur l'état des troupes, en particulier en ces temps complexes.

Et éviter ainsi de fermer les yeux sur ce qui pourrait dérapar. A ce titre, ces données profitent aussi bien aux employeurs qu'aux employés. ■

ANALYSE