



# IEDM

Des idées  
pour une société  
plus prospère

LE POINT

COLLECTION SANTÉ

MARS 2021

## LES ENTREPRENEURS SE MOBILISENT EN RÉPONSE À LA COVID-19

Par Krystle Wittevrongel, avec la collaboration de Miguel Ouellette

Il va sans dire que la pandémie a eu des effets dévastateurs sur nos vies. Les entreprises ont été amenées non seulement à s'adapter rapidement, mais aussi à prendre des décisions à court terme sans trop savoir quelles seront les répercussions à long terme. Lorsque le gouvernement du Canada a demandé aux fabricants de prêter main forte dans la lutte contre la COVID-19, de nombreuses entreprises se sont mobilisées rapidement<sup>1</sup>. Au-delà des efforts considérables et manifestes déployés à l'échelle mondiale par les entreprises pharmaceutiques pour développer rapidement des vaccins permettant de lutter directement contre le virus, voici quelques exemples plus terre à terre d'entrepreneurs qui se sont manifestés au moment où nous en avons le plus besoin en cette période sans précédent.

### DES FABRICANTS D'ARTICLES DE SPORT AU SERVICE DE NOTRE SÉCURITÉ

Dès le début de la pandémie, l'Organisation mondiale de la santé mettait en garde contre les pénuries d'équipements de protection individuelle (EPI), affirmant que les médecins, le personnel infirmier et les autres travailleurs de première ligne se retrouvaient « dangereusement sous-équipés pour soigner les patients atteints de [la] COVID-19 »<sup>2</sup>. Pire encore, l'augmentation de la demande, la panique des consommateurs et les achats excessifs se sont ajoutés au manque de préparation du gouvernement fédéral quant à la gestion et à la distribution des stocks nationaux<sup>3</sup>.

Grâce à son expertise dans la fabrication de casques à visière, le géant de l'équipement de hockey Bauer a réorganisé ses opérations dans ses usines québécoises pour y fabriquer des visières de protection pour les travailleurs de la santé<sup>4</sup>. Les spécifications ont été publiées en ligne gratuitement afin d'encourager d'autres entreprises à suivre le mouvement et les profits ont été attribués à des œuvres de bienfaisance. De la même manière, Nike et New Balance ont réaménagé leurs installations pour produire des EPI<sup>5</sup>, tandis que Canada Goose a utilisé ses installations de Toronto et de



Winnipeg pour produire des blouses pour le personnel soignant et les patients des hôpitaux<sup>6</sup>.

### CES LIVREURS QUI ONT SAUVÉ NOËL

En réaction aux annonces de fermetures et aux achats paniques des consommateurs, Amazon a donné la priorité aux articles domestiques essentiels et à ceux liés à la COVID-19, comme le désinfectant pour les mains, les masques de protection et les produits nettoyants<sup>7</sup>. Dans un contexte de chômage massif, l'entreprise a également embauché plus de 175 000 nouveaux travailleurs d'entrepôt et livreurs pour répondre à la demande pour les commandes de produits essentiels de mars à la mi-avril 2020<sup>8</sup>. Amazon a également déboursé des milliards de dollars notamment en tests de dépistage à l'interne, en EPI pour ses travailleurs et pour améliorer les conditions sanitaires de ses installations<sup>9</sup>.

Au troisième trimestre de 2020, les dépenses liées au commerce électronique ont enregistré une hausse de 37 % par rapport à la même période en 2019. Les commerçants et les entreprises d'expédition se sont préparés à la frénésie des fêtes en recrutant massivement. FedEx a embauché 70 000 nouveaux travailleurs, UPS

139 000 et Amazon 100 000 travailleurs saisonniers supplémentaires<sup>10</sup>.

## CONFINÉS, MAIS CONNECTÉS

Les mesures de confinement ont transformé la manière dont les entreprises opèrent dans un contexte de pandémie. Au cours de la dernière semaine de mars 2020, près de 40 % des Canadiens faisaient du télétravail<sup>11</sup>. Combinée à la fermeture des écoles et au recours à l'apprentissage virtuel, la demande pour les technologies de communication comme Google Meet, Microsoft Teams et Zoom a explosé.

En novembre 2019, Microsoft Teams comptait 20 millions d'utilisateurs. Ce chiffre a plus que doublé pour atteindre 44 millions en mars 2020, et 75 millions en avril<sup>12</sup>. Des études révèlent que ces technologies de communication ont renforcé le sentiment de soutien social, ce qui a permis d'atténuer certains des effets psychologiques néfastes des confinements<sup>13</sup>. En décembre 2020, Zoom annonçait également le retrait de la limite de temps pour tous les comptes gratuits pendant la période des fêtes, permettant ainsi aux familles et aux amis du monde entier de prolonger leurs rassemblements virtuels au-delà de limite habituelle de 40 minutes<sup>14</sup>.

Ce sont également ces entreprises de visioconférence qui ont permis à la télémédecine de faire son entrée accélérée dans la vie des Canadiens en 2020, et ce, pour la durée de l'urgence sanitaire, offrant ainsi aux patients un meilleur accès aux professionnels de la santé. Il va sans dire que rendre permanent ce recours accru à la télémédecine est une occasion en or d'améliorer notre système de santé à long terme<sup>15</sup>.

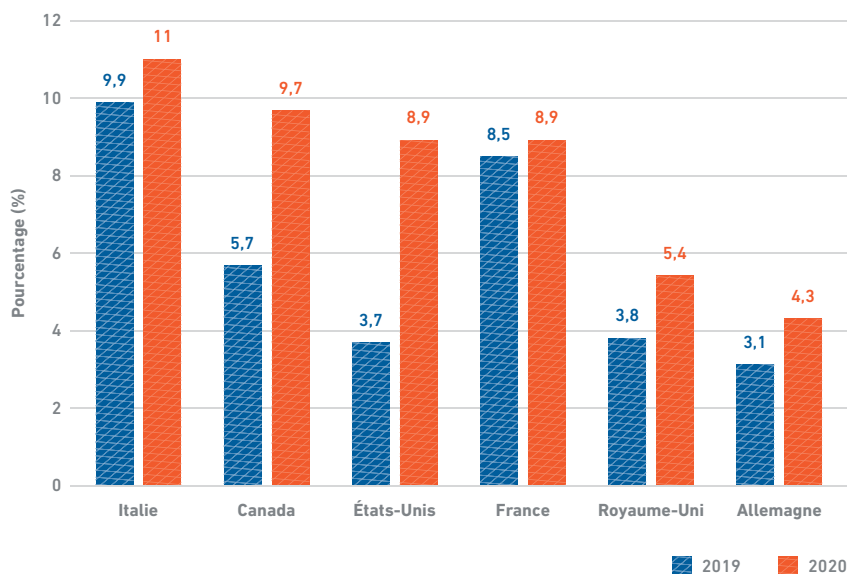
## GIN, VODKA ET... DÉSINFECTANT

Au cours de la première semaine de mars 2020, les ventes de désinfectants pour les mains à base d'alcool ont augmenté de 792 % par rapport à la même semaine l'année précédente. À la mi-avril, les ventes avaient augmenté de 345 % au Canada<sup>16</sup>. La demande a rapidement dépassé l'offre, incitant le gouvernement fédéral à demander de l'aide<sup>17</sup>. Santé Canada a alors autorisé l'homologation de produits par des fabricants non traditionnels, comme les distilleries.

Notamment, Gelamain Québec, un regroupement de collaborateurs et de partenaires de l'industrie québécoise des spiritueux, a répondu à l'appel en offrant son expertise pro bono en appui à une initiative de production et de distribution de désinfectant pour les mains pour le réseau de la santé et certains services essentiels<sup>18</sup>. Le groupe s'est chargé gratuitement de la transformation d'un généreux don d'alcool de la distillerie

Figure 1

## Taux de chômage annuel de certaines économies mondiales, 2019 et 2020



Source : Lora Jones, Daniele Palumbo et David Brown, « Coronavirus: How the pandemic has changed the world economy », BBC News, 24 janvier 2021.

Diageo, puis de la distribution de 25 000 litres de désinfectant pour les mains.

Non seulement les distillateurs et les producteurs d'alcool ont contribué à approvisionner le réseau en produits médicaux essentiels, mais ils ont également maintenu leurs employés en poste plutôt que de faire appel à la prestation canadienne d'urgence (PCU). Permettre aux travailleurs de continuer à travailler alors que le taux de chômage en 2020 dépassait de 70 % celui de 2019 (voir la Figure 1)<sup>19</sup> est un exploit en soi.

## DES APPLIS DE LIVRAISON POUR TOUS LES GOÛTS

En fermant les salles à manger et en invitant les Canadiens à rester chez eux, la pandémie a dévasté le secteur de la restauration, tout en marquant un tournant décisif pour les services de livraison de nourriture. Près des deux tiers des Canadiens ont commandé de la nourriture en ligne d'une manière ou d'une autre au cours du second semestre de 2020, et près de la moitié ont l'intention de maintenir cette habitude sur une base hebdomadaire au minimum après la pandémie<sup>20</sup>.

De nombreux restaurants ont fait appel à des applications externes de livraison. L'entreprise SkipTheDishes, basée à Winnipeg, a doublé son volume d'affaires au troisième trimestre de 2020 par rapport à l'année précédente, avec 23,5 millions de commandes, soit une augmentation de 72 % par rapport à 2019<sup>21</sup>. En mai

2020, DoorDash a vu ses ventes augmenter de 110 % depuis le début de l'année<sup>22</sup>. Par ailleurs, des entreprises québécoises comme UEat, Pizzli et Restoloco ont également contribué à élargir les options offertes aux restaurateurs en proposant des solutions de rechange plus abordables<sup>23</sup>. Enfin, la demande pour les commandes d'épicerie en ligne a connu un essor sans précédent, se traduisant notamment par une hausse de 241 % des ventes en ligne de Sobeys par rapport à 2019<sup>24</sup>.

La pandémie est éprouvante pour tout le monde, mais comme en témoignent les exemples précédents, de nombreuses entreprises ont su s'adapter rapidement à ce contexte incertain, contribuant à pallier le manque de ressources essentielles, à renforcer la capacité de la communauté à faire face à l'adversité et à maintenir leurs employés en poste, voire à en embaucher de nouveaux. En temps de crise, on constate souvent que les barrières bureaucratiques cèdent et donnent libre cours à l'innovation. Et c'est ainsi que les entrepreneurs peuvent faire preuve de l'agilité et de l'ingéniosité qui seront essentielles au succès de la reprise économique post-pandémie.

## RÉFÉRENCES

1. Gouvernement du Canada, Entreprises et industrie, Maintenir et faire croître votre entreprise, Appel à l'action! Fournisseurs canadiens : Aidez à combattre la COVID-19, consulté le 23 février 2021.
2. Organisation mondiale de la Santé, « La pénurie d'équipements de protection individuelle met en danger le personnel soignant dans le monde entier », 3 mars 2020.
3. Evan Dyer, « The great PPE panic: How the pandemic caught Canada with its stockpiles down », CBC News, 11 juillet 2020.
4. Joe O'Connor, « Heroes of the pandemic: How COVID-19 pivoted Bauer Hockey from skate-maker to medical face shield manufacturer », *National Post*, 7 avril 2020.
5. Holly Walker, « Nike, New Balance and Bauer help to aid in COVID-19 pandemic », *Glory*, 30 mars 2020.
6. Kayla Rosen, « How Canada Goose is helping medical professionals fight COVID-19 », *CTV News*, 25 mars 2020.
7. Annie Palmer, « Amazon prioritizes household staples and medical supplies from merchants amid coronavirus outbreak », *CNBC*, 17 mars 2020.
8. Annie Palmer, « How Amazon managed the coronavirus and came out stronger », *CNBC*, 29 septembre 2020.
9. Amazon Staff, « Update on Covid-19 Testing », 1<sup>er</sup> octobre 2020.
10. David Z. Morris, « How FedEx, UPS, and Amazon prepared for holiday shipping deadlines this year », *Fortune*, 13 décembre 2020.
11. Zechuan Deng, René Morissette et Derek Messacar, « Faire tourner l'économie à distance : le potentiel du travail à domicile pendant et après la COVID-19 », *Statistique Canada*, 28 mai 2020.
12. David Curry, « Microsoft Teams Revenue and Usage Statistics (2021) », *Business of Apps*, 17 février 2021.
13. Alessandro Gabbiadini, et al., « Together Apart: The Mitigating Role of Digital Communication Technologies on Negative Affect During the COVID-19 Outbreak in Italy », *Frontiers in Psychology*, vol. 11, 21 octobre 2020, p. 6.
14. Zoom Help Center, Getting Started, Frequently Asked Questions, Free meetings for the holiday celebrations, consulté le 26 février 2021.
15. Maria Lily Shaw, « La promotion de la télémédecine doit continuer », *IEDM*, 15 octobre 2020.
16. Statistique Canada, « Les consommateurs canadiens s'adaptent à la COVID-19 : un aperçu des ventes d'épicerie canadiennes jusqu'au 11 avril », 11 mai 2020, p. 4.
17. Gouvernement du Canada, *op. cit.*, note 1.
18. SAQ, « Distillateurs d'ici à la rescousse », 7 avril 2020.
19. Calculs de l'auteure. Lora Jones, Daniele Palumbo, et David Brown, « Coronavirus: How the pandemic has changed the world economy », *BBC News*, 24 janvier 2021.
20. Meredith MacLeod, « New Normal: The year in takeout trends as restaurants face a reckoning », *CTV News*, 1<sup>er</sup> janvier 2021.
21. eMarketer Editors, « Food delivery orders in Canada increased substantially amid the pandemic », *Insider Intelligence*, 24 janvier 2021.
22. Joe Guskowski, « 4 Trends Defining Delivery During COVID-19 », *Restaurant Business*, 4 août 2020.
23. Delphine Jung, « Des entreprises du Québec veulent faire trembler UberEats, Doordash et SkipTheDishes », *Radio-Canada*, 3 février 2021.
24. Jacqueline Hansen et John Mazerolle, « Pandemic expanded online grocery shopping and delivery, but experts say in-store customers will be back », *CBC News*, 13 janvier 2021.



Ce Point a été préparé par **Krystle Wittevrongel**, analyste en politiques publiques à l'IEDM, en collaboration avec **Miguel Ouellette**, directeur des opérations et économiste à l'IEDM. La **Collection Santé** de l'IEDM vise à examiner dans quelle mesure la liberté de choix et l'entrepreneuriat permettent d'améliorer la qualité et l'efficacité des services de santé pour tous les patients.

L'IEDM est un think tank indépendant sur les politiques publiques basé à Montréal. Par ses publications, ses apparitions dans les médias et ses services consultatifs aux décideurs politiques, l'IEDM stimule les débats et les réformes des politiques publiques en se basant sur les principes établis de l'économie de marché et sur l'entrepreneuriat. Il ne sollicite ni n'accepte aucun financement gouvernemental.

IEDM 1100, avenue des Canadiens-de-Montréal, bureau 351, Montréal QC H3B 2S2 - T 514.273.0969 F 514.273.2581 [iedm.org](http://iedm.org)