

SEPTEMBRE 2021

La déconsommation: une microtendance à ne plus négliger

Eric Noël



Collaboration

À propos de l'auteur



Eric Noël est un prospectiviste et stratège reconnu pour la pertinence de ses prévisions économiques, financières, technologiques et politiques. S'intéressant particulièrement aux tendances à long terme, il a lancé en 2013 le projet de futurologie Canada vers 2030. Il est également président du chapitre canadien du Millennium Project. Pendant ses 25 années au sein de la firme internationale d'études économiques et géopolitiques Oxford Analytica, Eric Noël a conseillé de nombreuses multinationales, entreprises canadiennes et investisseurs institutionnels, informant des transactions dépassant les 30 G\$US dans une trentaine de pays. Il a aussi conseillé une dizaine de gouvernements et d'organisations internationales. Aujourd'hui, Eric Noël continue à partager son expertise et ses analyses dans le but de stimuler la pensée et l'action à long terme. L'Institut du Québec a publié son étude « Automatisation, nouveaux modèles d'affaires et emploi » en 2018, un document partagé par le gouvernement canadien lors du Sommet du G7/Charlevoix.

*Institut du Québec 3000, chemin de la Côte-Sainte-Catherine,
Bur. 3.450, Montréal (Québec) H3T 2A7*

*institutduquebec.ca
@InstitutduQC*

*Pour citer ce rapport : Noël, la déconsommation : une microtendance
à ne plus négliger, 2021.*

Image de page couverture : @Cottonbro

Avec le soutien de
l'Institut du Québec



Table des matières

AVANT-PROPOS	4
SOMMAIRE	6
INTRODUCTION	16
SECTION 1 – CONTRAINTES ET CHOIX FINANCIERS ET ÉCONOMIQUES PROPULSANT LA DÉCONSOMMATION	24
SECTION 2 – CONTRAINTES ET CHOIX PERSONNELS ET SOCIÉTAUX PROPULSANT LA DÉCONSOMMATION	37
SECTION 3 – IMPACTS MACROÉCONOMIQUES	53
SECTION 4 – IMPACTS SUR LE SECTEUR PRIVÉ ET LES FINANCES PUBLIQUES .	56
CONCLUSION	65
RÉFÉRENCES	67

AVANT-PROPOS

Les nouveaux mots du dictionnaire *Larousse* 2021 incluent trois termes qui ne sont pas si nouveaux, mais dont l'officialisation est significative dans le contexte de cet essai :

- Déconsommation, ou attitude qui vise à consommer moins;
- Frugalisme, soit un mode de vie consistant à vivre en dessous de ses moyens et à épargner afin de quitter la vie active bien avant l'âge légal de la retraite, avec pour objectif de se soustraire à la société de consommation;
- Lagom, une philosophie de la vie fondée sur la simplicité, le naturel et la modération.

La déconsommation est un phénomène que je constate depuis le début du millénaire. Observer de grandes braderies extérieures dominicales bondées de voisins et de touristes à Londres ou à New York, des gens qui cessent de fumer, de boire des boissons gazeuses ou de renouveler leurs permis de conduire, ou parler à des personnes endettées, vieillissantes ou *shopaholic* en sevrage m'ont donné des occasions d'échanger sur le comportement visant à cesser ou à diminuer des habitudes de consommation. J'ai distingué avec le temps la substitution de consommation (laisser tomber le bœuf pour choisir le *Beyond Meat*), le volume de la qualité consommés, et la privation illusoire (ne pas se servir de son auto la semaine, mais parcourir 200 km en VUS le weekend pour aller au chalet faire du VTT). Personnellement, j'ai compris que ma propre consommation pouvait me créer des pertes de temps incontrôlées : retards de vols, rénovateurs peu fiables, garanties de fabricants et assurances inapplicables, meubles impossibles à assembler, blessures liées à des équipements sportifs mal configurés, aux derniers bris de voiture et de frigo qui ont retardé la finalisation de cet essai. On peut comprendre pourquoi la notion de propriété, pourtant chère à nos grands-parents, fait place au « tout-louer-et-partager-et-rien-posséder ».

Cette publication est ma seconde tentative pour cerner le phénomène de la déconsommation. Mon premier projet de recherche a été commandité par le Gouvernement du Canada en 2010 – je tiens d'ailleurs à le remercier. La présente recherche a été interrompue à maintes reprises, par des difficultés techniques, la recherche de partenaires et un manque de temps. Je tiens à remercier l'Institut du Québec pour sa patience. Puis vint la pandémie de COVID-19, qui nous a imposé la plus grande expérience de déconsommation jamais imaginée, et un report de publication afin de l'observer.

Le fait que des consommatrices aient laissé tomber l'achat de cosmétiques pendant le confinement au profit d'écouteurs haute-fidélité ou de moules à pain m'intéresse moins que le comportement de « déconsommation » des personnes qui achètent maintenant uniquement des vêtements de seconde main, épargnent davantage et préfèrent passer plus de temps à suivre la migration des oiseaux ou des cours gratuits sur internet que de courir les allées du Costco. Dans un sondage réalisé à l'été 2020 par BCG, 14 % des répondants disaient avoir dépensé moins parce qu'un besoin s'était simplement éteint. D'autres affirment vouloir conserver leur épargne de prévoyance et économiser davantage en préparation à des changements ou en vertu d'une prudence que la crise éclaire ou impose.

Enfin, retrouver dans un marché aux puces beaucoup d'objets de seconde main neufs, remboîtés dans leurs emballages originaux, m'a révélé la consommation compulsive et inutile de tout acabit, détachée de tous besoins et désirs fondamentaux. Avez-vous l'impression de suffoquer sous votre propre bric-à-brac en perpétuelle expansion – ou par *stuffocation* selon le terme de l'auteur James Wallman ? Loin d'être enrichis par tout ce que l'on possède, nos enfants en ont sans doute assez, selon moi, de l'orgie d'articles et d'offres qui envahissent nos espaces, nos boîtes de courriels puis nos poubelles.

Un matin, alors que je travaillais à la rédaction de cet essai, j'ai échangé avec un Danois qui vit à Toronto avec une de ses filles, et qui partaient rejoindre le reste de la famille à Copenhague pour les fêtes. Comme cadeau de Noël, il offrait à sa fille de 14 ans un billet transatlantique en première classe. Pendant notre rendez-vous *zoomien*, celle-ci est venue lui dire qu'elle refusait le cadeau, prétextant qu'il était injuste de profiter d'une grande cabine quand l'espace aurait pu contenir plus de passagers en classe économique pour la même empreinte carbone, tout en gaspillant moins de nourriture et d'objets liés au service. Je dédis ce texte à cette déconsommatrice responsable et à sa génération qui, si elle le pouvait, ferait un *potluck* à bord des avions.

Je tiens à remercier le Conference Board du Canada et son économiste en chef, Pedro Antunes, pour l'accès à leur modèle macroéconomique et plusieurs des simulations quantitatives présentées ici.

ERIC NOËL

SOMMAIRE

QU'EST-CE QUE LA DÉCONSUMMATION ?

La déconsommation découle d'une réduction ou d'un arrêt de consommation volontaire ou involontaire liés à un changement d'accessibilité financière ou matérielle, ou à un changement de perception de l'utilité, de la qualité, de la nécessité, des coûts, du plaisir, des effets secondaires ou de la valeur morale liés au fait de consommer. Elle s'exprime principalement par une réduction du volume d'objets consommés et des dépenses consacrées aux biens, et parfois aux services. Elle provoque des gains personnels et collectifs, mais aussi des pertes pour les entreprises et les gouvernements. En raison du confinement, de la fermeture des commerces et des frontières et des ruptures d'approvisionnement, la crise de la COVID-19 a permis de vivre une déconsommation involontaire exceptionnelle, offrant du même coup des observations économiques atypiques des plus intéressantes. En ce sens, la déconsommation n'est plus une hypothèse d'experts en marketing, mais une microtendance économique significative qui pourrait perdurer et s'accroître. À preuve, 51 % des Québécois pratiquent déjà la déconsommation¹.

QU'EST-CE QUI PROPULSE LA DÉCONSUMMATION ?

En excluant les conséquences exceptionnelles d'une pandémie, on peut s'attarder à au moins huit facteurs instigateurs de la déconsommation. Quatre sont de nature économique, tandis que les quatre autres réfèrent à des éléments sociodémographiques.

1. Désendettement

L'âge d'or du crédit et ses très faibles taux d'intérêt est une période réversible. Une augmentation des taux d'intérêt et, peut-être, un retranchement du volume de crédit offert par les institutions financières sur une période plus ou moins longue en viendraient à stimuler la frugalité des consommateurs et le remboursement des dettes, ou à augmenter l'épargne. La « plupart » des Québécois ont les moyens de leurs dettes tant que les taux demeurent bas, mais sûrement pas « tous » les Québécois. La dette sur le revenu disponible avoisinait les 172 % à la fin 2020, et le ratio dette/valeur nette atteignait presque les 20 %. Le crédit à la consommation demeure stable, mais son usage pour payer des biens non durables a augmenté. Cette année, le ratio du service de la dette des ménages devrait atteindre 16,3 % (16,30 \$ de paiement en capital et intérêts par 100 \$ de revenu disponible). Ce pourcentage pour les ménages fortement endettés est plus élevé, à 34 %. Pendant la tourmente liée au coronavirus, plus de trois millions de consommateurs canadiens

¹ *Baromètre de la consommation responsable*, Observatoire de la consommation responsable (OCR) de l'UQAM, 2020.

auraient choisi de souscrire à des programmes de report de paiements d'une dette. **Si le taux d'intérêt était de 1 % supérieur au taux de base (90 jours) anticipé pour les années 2025 et 2030, les reculs théoriques des dépenses des ménages au Québec seraient respectivement de 3,8 G\$ et 4,3 G\$, ce qui pourrait provoquer une baisse théorique de la consommation des ménages de 1,25 % par an au cours de la prochaine décennie.** Bien que l'épargne trimestrielle des Québécois ait bondi de 4,4 G\$ à 26 G\$ du printemps de 2019 à celui de 2020, près de la moitié des ménages prévoyaient, en octobre dernier, de conserver leur nouvelle épargne par précaution – peut-être en raison de certains des autres facteurs décrits ci-après.

2. Retour de l'inflation

Durant la crise de la COVID-19, le coût des projets de construction et de rénovation, ainsi que certains prix de l'alimentation et des biens et équipements pour la maison, le jardinage et les sports de plein-air, ont grimpé en flèche. Les économistes canadiens s'attendent ainsi à une hausse de l'inflation de 0,7 % en 2020 à 2,2 % cette année. Ainsi, un retour des prix élevés au chapitre des ressources naturelles et de l'alimentation, conjugué à des pressions inflationnistes technologiques, environnementales, sanitaires et démographiques, en raison de la tragique pénurie de main-d'œuvre québécoise, pourrait bien accélérer la déconsommation involontaire en créant de l'inflation structurelle ou des pénuries difficilement atténuables. Des consommateurs appauvris devront faire des choix, car c'est l'ensemble de la chaîne de valeur qui sera affecté. De plus, l'ajout de centaines de millions de consommateurs asiatiques à la population mondiale d'ici 2035, qui pourront absorber un excédent de production bon marché, ne saurait se concrétiser sans inflation. Enfin, une simulation de hausse de l'inflation de 4 % et 5 %, réalisée à partir du modèle macroéconomique du Conference Board du Canada, se traduit par des reculs spectaculaires des dépenses des ménages, amplifiés par des hausses induites de taux d'intérêt et d'épargne, ainsi que des baisses de l'activité économique, des investissements et de l'emploi. L'impact valide donc l'effet néfaste d'un retour de l'inflation sur la consommation.

3. Chômage technologique et insécurité d'emploi

En période de COVID-19, le taux de chômage est passé de 4,9 % en février 2020 à 13,8 % en juin 2020. Rappelons qu'en juillet 2020, 2,3 millions de Canadiens avaient perdu leur emploi ou travaillaient 50 % moins d'heures qu'avant. Heureusement, la situation s'est résorbée, si bien que le Québec se retrouve à près de 98 % du niveau d'emploi enregistré avant la crise. La campagne de vaccination de 2021 laisse présager de meilleurs jours, mais la crainte de perdre son emploi continuera de hanter des Québécois, incluant ceux qui ont conservé leur poste. Cette année, de nombreux employeurs se posent la question suivante : « En période de guerre nationale au

coronavirus, qui ont été nos héros, nos réservistes utiles et non utiles, et nos déserteurs? » Dans l'après-COVID-19, alors que l'optimisation et l'automatisation peuvent se traduire par des mises à pied, la réponse à cette question clé risque d'ajouter des chômeurs ou de nouveaux travailleurs à temps partiel. Or, on rapporte des déclinés de 6 à 11 % des dépenses de consommation des ménages confrontés à un risque de perte d'emplois. Avec la croissance accélérée de la robotisation, des systèmes automatisés, de l'intelligence artificielle et des modèles d'affaires perturbateurs (prochains Uber ou Netflix), quelque 1,4 million de travailleurs québécois pourraient être touchés dans les prochaines années. La durée des périodes de chômage économique, technologique ou sanitaire fait également réfléchir à l'aspect générationnel des conséquences des récessions sur le potentiel d'emploi, donc de revenu, particulièrement pour les diplômés de 2020-2021. **La déconsommation en elle-même contribuerait à générer des pertes d'emplois. En effet, des baisses de consommation de 5 % en 2025 et de 10 % en 2030 se traduiraient par des reculs respectifs de 445 000 et 972 000 emplois au Canada.**

4. Effet Ricardo-Barro

Selon la proposition ricardienne, les ménages sont raisonnés et prudents avec l'argent injecté dans l'économie par l'État, et ils épargnent davantage par crainte de hausses de taxes et d'impôts à venir. Sans une activité économique accélérée et une forte hausse de la productivité, les taxes et les impôts risquent inévitablement d'augmenter et d'influencer entretemps la déconsommation. En 2019, Ottawa prévoyait des déficits annuels variant de 14,9 G\$ à 9,8 G\$ entre 2019 et 2023. Le déficit fédéral s'est établi à 354 G\$ en 2020-2021 et sera de 154 G\$ en 2021-2022. Simplement pour rembourser sur cinq ans, à partir des impôts personnels, la moitié des déficits liés à la pandémie pour les années budgétaires 2020-2021 et 2021-2022, il faudrait ajouter un « *supplément d'impôt COVID-2020* » aux particuliers de 23 % par an. L'autre moitié, si elle était comblée par une hausse de la TPS, exigerait de faire passer celle-ci à 10 % pendant cinq ans. Voilà de quoi ralentir la consommation. Le même exercice réalisé pour le Québec, en visant le remboursement complet des 27,3 G\$ de déficits (2020-2022), nous forcerait à hausser les revenus tirés de l'impôt des particuliers de 7,6 % et d'ajouter une TVQ supplémentaire « *spécial COVID* » qui ferait passer celle-ci à 11 %. Ces propositions sont impossibles à mettre en place aujourd'hui, mais elles illustrent la tension liée aux déficits. On pourrait également faire de tels calculs pour corriger la hausse vertigineuse des dettes fédérale et provinciale. Stressés par l'expérience de la COVID-19 ou simplement pessimistes, certains citoyens craignent de nouveaux fléaux et d'autres coûts sociaux, et anticipent des hausses d'impôts, de taxes ou de prix à la consommation. Par leurs comportements préventifs, ils contribueront à la déconsommation.

5. Consommation durable

L'écoresponsabilité intègre une prise de conscience et de responsabilité des facteurs liés à la santé, à l'environnement et à la justice sociale dans la compréhension des phénomènes de production, de distribution et de consommation. Par exemple, une réduction des déplacements, du tabagisme, de la malbouffe, des boissons gazeuses ou des excès de gras, d'alcool ou de viandes rouges se situe dans le mouvement de la déconsommation, bien qu'elle puisse favoriser une consommation nouvelle (p. ex. : plus de chou frisé, de soya ou de poissons sauvages), plus ou moins chère. L'attrait des consommateurs pour les produits alimentaires, ménagers et cosmétiques biologiques, les vêtements en fibres naturelles éthiques, les produits faits de matières recyclées et les biens usagers (meubles, jouets, vêtements, vélos, etc.) nourrit la consommation durable. On remarque d'ailleurs un essor de la popularité du recyclage en tout genre, qui se décline dans les marchés aux puces, les ventes-débarras, le troc, les friperies et les sites web qui favorisent l'échange et la réutilisation de biens usagés. Selon l'*Indice Kijiji de l'économie de seconde main*, les Canadiens ont dépensé 27,3 G\$ en biens d'occasion en 2018. La popularité des plateformes de ventes de vêtements et accessoires de seconde main auprès de la génération Z dénote aussi à quel point la pratique du « consommer usagé » s'ancre chez les déconsommateurs de demain. De plus, les consommateurs s'attendent à des produits plus durables, moins énergivores, récupérables, à faible impact sur l'environnement et prêts pour l'économie circulaire – ce qui sous-entend une diminution des fréquences d'achat et peut-être une hausse du *greenwashing* ayant le même effet.

6. Démographie

En 2030, il y aura plus de 9,4 millions de consommateurs canadiens et 2,2 millions de Québécois âgés de 65 ans et plus (dont 618 000 personnes âgées de 80 et plus au Québec). Des changements importants dans les revenus, les dépenses et les styles de vie des consommateurs « grisonnants » sont à étudier de près, car ils pourraient contribuer à la déconsommation. En 2016, le revenu moyen des 65 ans et plus au Québec était de 36 % inférieur à celui des 45-54, et de 26 % sous celui des 55-64 ans, ce qui représente un reflet de la retraite. Les statistiques révèlent des chutes de consommation importantes après 65 ans pour les catégories suivantes : vêtements et accessoires, transport, matériel de loisirs, équipement ménager, restauration et communications. Or, il n'est pas garanti que les gens qui prendront leur retraite dans les prochaines décennies auront le même niveau de vie que les retraités de la génération « silencieuse » (personnes nées entre 1925 et 1944). Les *boomers* ont basé leur retraite sur l'appréciation de leurs actifs, ralentie en 2008 et peut-être aussi en 2020-2021 dans le cas des propriétaires de PME, ainsi que sur la continuité de l'État-providence. La population vieillissante en 2021 est donc plus endettée et plus touchée par l'insécurité financière. Pour plusieurs personnes, cette situation se traduira par

une réduction des dépenses, la vente de la maison ou du chalet, un déménagement vers une ville plus petite où le coût de la vie est moins élevé, la copossession d'une résidence ou d'une automobile, et le coabonnement à des services d'aide à domicile ou médicaux. Ces contractions de la demande s'accroissent avec l'âge. Il faudra donc adapter l'offre. Les personnes âgées passent 25 % plus de temps que celles dans la trentaine à magasiner pour chaque dollar dépensé, et elles achètent de plus petites quantités. Le service communautaire, le bénévolat et les loisirs comme le jardinage attireront plus de passionnés, détachés de l'accumulation matérielle. Bien évidemment, avec l'âge, la perte d'énergie physique, de mobilité, de vision, d'audition, ou des maladies comme le diabète et l'Alzheimer nuisent à une consommation active. Le vieillissement cérébral pourrait aussi nuire au consumérisme. Des études neurologiques pointent vers un ralentissement graduel de l'activité des cellules du cerveau associées aux décisions comparatives (faire un choix entre des prix et des fonctionnalités) et la recherche de récompenses, comme le plaisir d'acheter. Une plus longue espérance de vie au-delà des 85 ou 90 ans apportera-t-elle un changement comportemental en matière de « frugalité » précoce, anticipant de longues années sans revenu d'emploi ? La déconsommation reflétera aussi la personnalité non conformiste des *boomers* qui s'approprient la fonction hédoniste du *role model* ou du *trendsetter* de multiples mouvements de conscientisation ou d'activisme liés au choix « déconsommériste ». Enfin, le groupe de jeunes (0-25 ans) compte 677 000 personnes de plus que celui des 65 ans et plus. Avec ses 2,36 millions de consommateurs actifs ou en devenir, la génération Z marque la déconsommation plus intentionnellement que toutes les autres générations.

7. Emploi du temps

Avec 14 % des Québécois qui ont l'impression de manquer de temps, on parle davantage aujourd'hui de pauvreté temporelle, une notion qui côtoie la richesse des revenus. Les effets subjectifs négatifs sur la santé physique et mentale, la productivité et l'engagement interpersonnel, familial ou communautaire de l'appauvrissement en temps sont réels. Dans un sondage réalisé par le *Baromètre de la consommation responsable* à l'automne 2020, près de trois Québécois sur quatre affirmaient vouloir prendre plus de temps avec leurs proches et pour relaxer et profiter du moment présent quand la pandémie sera éradiquée. On constate que plus de travailleurs songent à revendiquer une réduction volontaire du temps de travail dans l'après-COVID-19. Sur une moyenne de sept jours, les gens sous pression ont trois heures de moins par jour à consacrer à leur temps libre (socialisation, sports et loisirs) que ceux qui ne le sont pas. Le taux de participation au magasinage est plus faible chez les premiers, mais le temps moyen quotidien alloué à cette activité est le même entre les deux groupes. Cela laisse croire que les gens qui ont plus de temps ne le consacrent pas au magasinage, et que ceux qui désirent être moins sous

pression et accroître leur temps libre pourraient chercher à gagner du temps en coupant dans le temps alloué à la consommation ou en plafonnant le temps associé aux achats une fois qu'ils ont du temps libre. Libérer son horaire et accumuler des gains de temps peut se faire sur le dos de la consommation traditionnelle. Comme d'anciens propriétaires de voiliers, de motos, de condos ou de camps de pêche le savent, cesser d'être la « propriété de ses propriétés » offre des avantages temporels importants. Dans cette quête d'enrichissement temporel, une réduction de la consommation et une majoration de la consommation de biens et de services qui prennent moins de temps à acheter, à utiliser, à entretenir, à remiser, à réparer ou à assurer, et qui procurent plus de satisfaction en moins de temps, seront favorisées.

8. Post-consumérisme

Dans *Theory of the Leisure Class*, Thorstein Veblen affirmait que « *la consommation élevée de biens de valeur est l'expression de la réputation du gentilhomme* ». C'était en 1899. Quoiqu'en dit la publicité, les deux autos, les trois ordinateurs, les deux téléviseurs et les deux réfrigérateurs par maison ne sont ni des nécessités ni des indicateurs de bonheur. En contrepartie, la location et la copropriété, ou la consommation collaborative des biens (auto, motoneige, chalet, condo « dans le Sud », œuvres d'art, équipements de sport, et même d'un animal de compagnie) s'accéléraient, facilitées par les nouvelles technologies numériques. En parallèle, la déconsommation découlant d'une insatisfaction liée à un produit, une marque, une entreprise et même un pays jugé « irresponsable » devient une forme d'affirmation (rébellion et boycottage). Le consumérisme rampant et la « boulimie matérielle » sont dénoncés depuis longtemps au Québec. Le mouvement de la simplicité volontaire, qui favorise la frugalité et l'investissement sur le bien-être (santé, spiritualité, méditation, équilibre de vie, jardinage, arts, tourisme simple) et le plus long terme (éducation, enfants, amis, communauté, et activités, expériences et souvenirs pérennes), poursuit son évolution et a gagné en vélocité pendant la crise de la COVID-19. On observe aussi la mouvance de l'anti-consommation, des « décroissancistes » et du refus de gaspiller qui se traduit notamment par des *Buy Nothing Day* et *No Shop Day* saisonniers. Peut-être à cause de l'internet et des médias sociaux, un constat d'inutilité, d'inaccessibilité et de nuisance matérielle soutient aujourd'hui en partie l'attrait du post-consumérisme. Pour plusieurs déconsommateurs, les privations vécues lors du confinement « covidien » se sont avérées désintoxicantes. Les préférences affectives, comparatives, personnelles ou situationnelles sont au cœur du post-consumérisme. On passe ici du marketing centré sur les valeurs du produit à celui ciblant les valeurs du client qui souhaite moins consommer (en quantité, en fréquence, en coût, en conséquences). Les entreprises auront avantage à valider la pertinence de leur offre dans ce contexte hédoniste.

QUELS SERAIENT LES IMPACTS MACROÉCONOMIQUES DE LA DÉCONSUMMATION ?

Par sa nature forcée et brève, et malgré des transferts gouvernementaux extraordinaires aux personnes, le confinement a démontré que nous sommes une société de consommation dont les tenants sont réversibles. Au printemps de 2020, les dépenses de consommation des ménages ont chuté de 13,3 %, tirant le PIB réel à la baisse de 12,15 %. Ce choc a bien sûr souligné la dépendance des revenus des entreprises et des gouvernements à la consommation, particulièrement aux dépenses discrétionnaires des ménages les plus riches. Puisque les dépenses des ménages représentaient 79 % de la force de la dernière reprise économique, on peut conclure que la reprise post-COVID-19 serait plus lente si la déconsommation perdurait. Pour tenter de simuler les effets d'un recul de la consommation à plus long terme, une simulation a été réalisée en imposant des chutes de 5 % en 2025 et de 10 % en 2030, à partir du modèle macroéconomique du Conference Board.

Le choc d'une déconsommation de 5 % en 2025 montre :

- ⬇ un recul du PIB de 2,2 % par rapport au niveau normal projeté;
- ⬇ un recul de la demande interne de 3,5 % ou 18 G\$ au Québec (en dollars de 2019);
- ⬇ une baisse des dépenses de consommation des ménages de 16,8 G\$ au Québec, soit 8,8 G\$ en services et 8 G\$ en biens (2,7 G\$ en biens durables, 1,3 G\$ en biens semi-durables et 4 G\$ en biens non durables, en dollar nominal).

Le choc d'une déconsommation de 10 % en 2030 montre :

- ⬇ un recul du PIB de 4,5 % par rapport au niveau normal projeté;
- ⬇ un recul de la demande interne de 7,2 % ou 41 G\$ au Québec (en dollars de 2019);
- ⬇ une baisse des dépenses de consommation des ménages 38,3 G\$ au Québec, soit 20,6 G\$ en services et 17,7 G\$ en biens (5,8 G\$ en biens durables, 2,7 G\$ en biens semi-durables et 9,2 G\$ en biens non durables, en dollar nominal).

QUELS SERAIENT LES EFFETS SUR LES ENTREPRISES ?

Il n'est pas question ici d'un risque assurable comme une dévaluation du dollar, d'un coût d'intrant ou d'un conflit géopolitique affectant les conditions de marché. Comme la crise de la COVID-19 l'a fait ressentir, la déconsommation, pour certaines entreprises, se vivrait comme une baisse ou un déplacement graduel de la demande avec des conséquences non négligeables (illustration A), forçant des ajustements stratégiques

dans les secteurs de la fabrication de biens de consommation, le commerce (gros et détails), l'immobilier commercial, la construction, l'énergie, le transport, les services d'information et de la culture et les services en général. Pour se prémunir contre le risque d'une diminution de la demande, plusieurs options s'offrent aux dirigeants (illustration B). L'auteur suggère aux entreprises intéressées d'explorer l'impact de la déconsommation sur leur marché et d'utiliser la technique des scénarios en créant leurs propres narratifs de prospective à partir des huit propulseurs mentionnés ci-dessus. L'objectif consiste à bien détecter et distinguer les signaux de la déconsommation, afin de limiter son ampleur ou sa durée et, peut-être, de planifier le retour des consommateurs.

Illustration 1

Les effets de la déconsommation

	Scénario de chute de la consommation des ménages	
	-5 % en 2025	-10 % en 2030
Production et distribution d'électricité	-2,3 %	-4,7 %
Construction	-2,0 %	-5,1 %
Commerce de gros et de détails	-3,8 %	-7,8 %
Transport et entreposage	-2,2 %	-4,5 %
Industrie de l'information et industrie culturelle	-3,9 %	-8,5 %
Services immobiliers et services de location et de location à bail	-2,3 %	-4,7 %
Services professionnels, scientifiques et techniques	-4,9 %	-9,7 %
Autres services (sauf les administrations publiques)	-3,4 %	-7,0 %

Illustration 2

10 actions pour faire face à la déconsommation

Des stratégies d'entreprise pourraient atténuer les effets de la déconsommation :

- suivre le consommateur de façon encore plus intensive et pointue afin de détecter ou d'anticiper des épisodes de déconsommation;
- se concentrer sur l'après-vente et se prémunir du rejet de l'offre lors du prochain achat qui arrivera peut-être moins rapidement;
- privilégier une fabrication et une distribution plus sobres en ressources, en volume et en déchets, branchées sur l'économie circulaire;
- diversifier l'offre ou les marchés;
- créer des marchés secondaires de biens usagés;
- faciliter la vie du client en lui permettant de sauver du temps;
- proposer des politiques de rabais ou de financement adaptées;

- prévoir des protections contre la hausse du coût des intrants ou l'inflation;
- accélérer les ventes et les investissements internationaux;
- lorsque possible, hausser les prix de façon bien calculée.

QUELS SERAIENT LES EFFETS SUR LE GOUVERNEMENT ?

Il est difficile de simuler avec certitude l'effet d'une chute de la consommation sur les revenus des gouvernements. Cela dit, nous savons que pendant la crise, la baisse des dépenses des ménages au Canada s'est établie à 14,8 % (incluant la consommation de produits et services non taxables) et les taxes de vente ont chuté de 12 G\$ (18 %), passant de 68,7 G\$ au 2^e trimestre de 2019 à 56,2 G\$ à la même période en 2020. Pendant la crise de 2020, la consommation des ménages, en excluant les dépenses alimentaires et en logement, a reculé de 8,6%, forçant le Gouvernement du Québec à revoir à la baisse ses revenus de taxes à la consommation de 2,6 G\$.

En étudiant les mêmes chocs de consommation décrits plus haut, soit une chute de 5 % en 2025 et de 10 % en 2030, on prévoit des baisses des revenus autonomes projetés pour le gouvernement du Québec de 2 G\$ en 2025, et de 4,5 G\$ en 2030 (en dollars de 2019)².

Comme une augmentation de la taxe de vente risquerait de se traduire par une accentuation de la déconsommation, l'État devra favoriser un déplacement de l'assiette fiscale s'il souhaite combler son manque à gagner. Il n'est pas facile de quantifier les effets positifs de la déconsommation sur la santé publique, l'environnement, le bien-être des personnes et les dépenses publiques, mais il y en aura. Les pouvoirs publics ont les moyens de ralentir ou d'accélérer la déconsommation, mais selon ce choix, ils devront revoir la fiscalité ou leurs programmes afin d'en atténuer les répercussions néfastes.

Avec l'épargne de précaution et la demande retardée à cause de la COVID-19, et en raison du crédit à faible taux, on pourrait croire que l'après-crise se traduira par une surconsommation poussant la reprise. C'est peut-être ce qu'on verra pendant deux ou trois trimestres, mais sans doute pas pour longtemps. La crise sanitaire nous a offert un avant-goût de la déconsommation, qui a déjà pénétré la conscience collective québécoise. Plusieurs citoyens ont trouvé tolérables, voire libératrices la privation, la sobriété matérielle et la suppression des besoins. Ceux qui pensaient tromper leur ennui « covidien » en commandant tout ce qui traînait dans leur panier virtuel sur Amazon ont peut-être été déçus. Si des priorités ont changé, des comportements nouveaux seront aussi adoptés, notamment la location et le partage de biens au détriment de la propriété exclusive. Centrer les achats sur des produits essentiels et sains, et laisser tomber ou

² Il faut être prudent avec ces chiffres, car une simulation dans un modèle où les secteurs économiques réagissent plus intensément indique des pertes de revenus gouvernementaux de 3,7 G\$ en 2025, et de 7,6 G\$ en 2030.

réduire les biens inutiles et nocifs fournit une satisfaction aux déconsommateurs, qui en retirent des bénéfices réels ou induits. La déconsommation n'est pas encore une tendance forte et davantage de données longitudinales sur les volumes ou les quantités sont nécessaires pour analyser son ampleur. Mais un test de chocs de baisse de la consommation des ménages laisse présager des impacts quantitatifs non négligeables, tant pour les entreprises que pour les gouvernements.

L'âge de pierre n'a pas pris fin parce qu'on a manqué de pierres. L'âge de la consommation ne se terminera pas parce qu'on va manquer de biens, de supermarchés ou de commerces en ligne. Mais une transition dominée à la fois par de nouvelles réalités économiques, démographiques et sociales, ainsi que des avancées technologiques et des volontés individuelles et collectives nous transporte déjà dans une ère différente.

INTRODUCTION

Bien avant la crise de la maladie à la COVID-19, nos changements et nos préférences de consommation étaient des thèmes de discussion récurrents avec la famille, les amis et les collègues. Influencé par les finances personnelles, les technologies, la démographie, les tendances socio-économiques, la saturation des besoins matériels et les médias sociaux, le comportement des consommateurs évolue constamment. Depuis quelques années, les gens semblent viser davantage une baisse de la quantité de produits consommés, parfois au profit d'une hausse de la qualité. Par exemple, un jeune déconsommateur peut avoir délaissé la voiture, le téléviseur et les vêtements neufs, mais préfère le steak de bœuf bio à 30 \$ la portion. Avant la crise, on observait une pratique de déconsommation volontaire, décidée par le consommateur en fonction de choix personnels de nature économique, de santé, sociale, éthique, hédoniste ou environnementale. Dans une même famille, on pouvait avoir le désir de manger de plus petits repas, moins gras et plus bios, de boire moins de boissons gazeuses ou d'alcool, de réduire la consommation d'essence, de vêtements ou de détergent chimique, et de remplacer pour de bon l'appareil photo, l'ordinateur personnel, le réveil matin, l'agenda et le calendrier papier et le porte-monnaie par un meilleur téléphone intelligent qui combine toutes ces fonctions. Dans les dix dernières années, plusieurs ont dit adieu aux imprimantes, livres, magazines, chèques, aliments en conserve, DVD, téléphones filaires et antennes paraboliques, tout en achetant des articles usagés sur internet ou à la braderie du coin, en partageant la propriété d'un équipement de sport, et en envisageant une vie sans posséder d'automobile. Avant même les contraintes liées à la COVID-19, certains songeaient à voyager moins par avion afin de réduire leur empreinte carbone. Depuis plus de 30 ans, les fabricants de cigarettes se sont habitués à la déconsommation.

La crise fournit des indicateurs de la déconsommation involontaire et de ses conséquences, et permet de mieux imaginer ce qu'apporterait la déconsommation volontaire à plus long terme.

On peut se référer à une définition de la déconsommation proposée par les chercheurs français Gilles Séré de Lanauze et Béatrice Siadou-Martin : « *la déconsommation pourrait ainsi se comprendre comme découlant d'une utilité perçue trop faible du produit au regard des coûts (en argent, en temps, en effort psychologique, etc.), mais aussi comme résultant de la perception d'une valeur de plaisir, sociale ou spirituelle (notamment, environnementale et humanitaire) insuffisante procurée par le bien ou service*

consommé»³. À la faible utilité, on pourrait ajouter l'effort de transporter, d'entretenir, d'entreposer, d'assurer, d'administrer (permis, certificat d'immatriculation) ou de remplacer régulièrement un bien, toutes des actions qui peuvent aussi devenir un irritant pouvant être évité grâce à la déconsommation. De même, à la faible valeur, on pourrait ajouter la perte de confiance, qu'elle soit intrinsèque (nouvelle perception qu'un produit est mauvais pour l'environnement, la santé ou de qualité douteuse) ou extrinsèque (nouvelle perception que les valeurs du fabricant sont en contradiction avec celles de l'acheteur).

La crise liée à la COVID-19 a exposé la face involontaire de la déconsommation, ce qui offre une observation économique atypique des plus intéressantes dans l'étude de l'avenir de la consommation. Si on peut percevoir dans la déconsommation volontaire un « vouloir » d'achat, la déconsommation involontaire exprime les limites du « pouvoir » d'achat liées à une contrainte imposée, comme une insuffisance de revenus, une hausse des prix, une incapacité physique (p. ex. un confinement ou une fermeture forcée des magasins ou des restaurants), ou la non-disponibilité d'un bien ou d'un service. Ainsi, en raison du confinement, les dépenses de consommation des ménages ont chuté de 13,3 % au 2^e trimestre de 2020, tirant le PIB réel à la baisse de 12,15 %. « *La majeure partie de cette diminution de 12% s'explique par le repli des dépenses de consommation finale des ménages (représentant à lui seul un effet) de 7,82 points de pourcentage*⁴ », explique l'Institut de la statistique du Québec (ISQ)⁵. Notons que la situation aurait été bien pire sans la baisse marquée des importations.

Les Québécois diminuent leur consommation

Le Baromètre 2010 de la consommation responsable met également de l'avant un mouvement relativement important de « déconsommation ». Consommer moins semble être de mise, comme le démontrent 51,7 % des Québécois interrogés qui ont affirmé avoir diminué volontairement leur consommation en 2010. De plus, 64,4 % disent avoir renoncé à acheter des produits ou des services dont ils n'avaient pas besoin. Contexte économique ou tendance lourde ? Le Baromètre de la consommation responsable observera cet aspect de près au cours des prochaines années.

Extrait du Baromètre de la consommation responsable
Observatoire de la consommation responsable (OCR), 2010

En 2020, le *Baromètre de la consommation responsable*, développé par l'Observatoire de la consommation responsable (OCR) de l'École des sciences de la gestion de l'Université du Québec à Montréal, indique que 51 % des répondants affirment pratiquer

³ « Pratiques et motivations de déconsommation », *Revue française de gestion*, n° 230, pages 55-73, Éditions Lavoisier, 2013.

⁴ Le reste de la baisse provenait du commerce international.

⁵ *Comptes économiques du Québec – 2^e trimestre 2020*, Institut de la statistique du Québec, p.11
[<https://statistique.quebec.ca/fr/fichier/comptes-economiques-du-quebec-deuxieme-trimestre-2020.pdf>].

fréquemment la déconsommation⁶. Des dix comportements clés étudiés par le *Baromètre*, celui de la déconsommation est passé du 2^e rang en 2016 (72,6 % en moyenne affirmant pratiquer la déconsommation, contre 67,2 % en 2010) au 5^e rang en 2020⁷ (63,3 % en moyenne). Cela n'atténue toutefois pas l'importance de la tendance elle-même. Il est possible que les participants interrogés aient déjà intégré la pratique de la déconsommation au fil du temps : il y a des limites à améliorer son comportement d'une semaine ou d'une année à l'autre. Dans sa vigie mensuelle en consommation au printemps 2020⁸, l'OCR a détecté une hausse de la déconsommation qualifiée de « *Entre frugalité forcée ou déconsommation libératrice* », car 50 % des Québécois affirmaient avoir diminué leurs dépenses, principalement en raison du confinement, mais aussi par conviction personnelle, désir d'arrêter les achats superflus ou contraintes financières⁹ :

	% personnes ayant répondu être en accord
Le contexte de confinement a conduit à cela	77,5 %
J'ai décidé de le faire par conviction	61,0 %
J'ai réalisé que je faisais des achats superflus	56,4 %
Je n'avais pas le choix au niveau financier	40,9 %

Source : Vigie Conso-COVID19 (No 2, 15 avril – 15 mai 2020), paru le 8 juin 2020, MBA Recherche et Observatoire de la consommation responsable (OCR).

Les femmes (55 %) semblent plus nombreuses à avoir réduit leur consommation que les hommes (45,0 %).

Au début de 2021, la déconsommation forcée liée aux normes sanitaires s'est poursuivie avec la fermeture complète ou partielle de secteurs comme la restauration, le divertissement, les sports et le voyage – appréciés par les 4^e et 5^e quintiles des plus riches. L'impact économique est bien réel, avec des chutes de chiffre d'affaires, des mises à pied, des investissements compromis et des pertes fiscales qu'il importe d'examiner dans cette étude. La crise fournit des indicateurs de la déconsommation involontaire et de ses conséquences, et permet de mieux imaginer ce qu'apporterait la déconsommation volontaire à plus long terme. Car à l'image de la dichotomie de la sortie de crise de 2009, quand l'expansion monétaire et les largesses fiscales permirent aux consommateurs de s'endetter davantage tandis que certains affirmaient vouloir restreindre leurs dépenses

⁶ Par exemple, en utilisant deux questions du sondage : « *J'ai renoncé à acheter des produits dont je n'avais pas besoin* » = 63,3 %; « *J'ai diminué ma consommation de manière générale* » = 51,5 %. Données de 2017.

⁷ Derrière le recyclage (89 %), la consommation locale (61 %), la protection de l'environnement (52 %) et la protection des animaux (55 %).

⁸ *Vigie Conso-COVID19* (N° 2, 15 avril – 15 mai 2020), paru le 8 juin 2020, MBA Recherche et Observatoire de la consommation responsable (OCR).

⁹ *Vigie Conso-COVID19 – La Consommation responsable au Québec en période de confinement : décryptage des pratiques*, Avril-Mai 2020, MBA Recherche et OCR.

et afficher un comportement matériellement plus sobre, l'après-COVID-19 génère à nouveau deux phénomènes : des consommateurs parfois subventionnés, mais forcés de retarder leurs dépenses (pour un moment) et des déconsommateurs plus fervents ou nouvellement convertis (« *pas acheté, pas de regrets*»). Dans un sondage mené à l'été 2020 par la firme de consultants BCG auprès de 3 000 Canadiens, 14 % affirmaient avoir dépensé moins parce qu'un besoin s'était éteint. Parmi les répondants, 44 % ont dit penser réduire leurs dépenses au restaurant une fois que la vie reviendrait à la normale, et 39 % ont affirmé qu'ils achèteraient moins de vêtements.

Attente des consommateurs

Bon nombre de répondants s'attendent à ce que leur situation professionnelle revienne à la normale plus rapidement que leurs dépenses. Cette perception donne à penser que la demande des consommateurs aura tendance à se redresser plus lentement que ne le fera le marché du travail, ce qui laisse présager qu'il persistera des capacités excédentaires au sein de l'économie.

Enquête sur les attentes des consommateurs au Canada, Banque du Canada, octobre 2020

On assiste aussi à des phénomènes de substitution en consommation – ce qui n'entraîne pas nécessairement une baisse des dépenses. Par exemple, obligés de laisser tomber les dépenses permettant l'expérientiel distant (hors domicile) et celles liées aux activités non essentielles pendant la crise, les gens ont consommé différemment, travaillant plus souvent à la maison, minimisant leurs déplacements et dépensant davantage en cuisine, en rénovation, en jardinage et dans les biens durables. À mesure qu'une nouvelle routine de consommation/déconsommation s'installe, certains aspects seront permanents ou lents à se renverser.

L'hypothèse d'un essor de la déconsommation mérite donc un examen nouveau et, pour ce faire, on peut se questionner sur ses propulseurs et les distinguer en deux catégories. À l'avenir, des contraintes et des choix financiers/économiques ainsi que personnels et sociétaux pourraient stimuler la déconsommation. Les premiers seraient tirés par quatre phénomènes instigateurs :

- **le désendettement;**
- **le retour de l'inflation;**
- **le chômage technologique et l'insécurité d'emploi;**
- **l'effet Ricardo Barro;**

Les seconds seraient induits par quatre autres éléments :

- **la démographie;**
- **la consommation durable;**
- **l'emploi du temps;**
- **le post-consumérisme.**

S'ils ne sont pas le fruit d'une mode passagère, et s'ils perdurent ou s'accélèrent dans l'après-COVID-19, ces facteurs transformeraient la déconsommation en microtendance économique significative. Cet essai s'intéresse principalement au comportement de déconsommation volontaire, mais souligne parfois la déconsommation involontaire. Le texte offre d'abord quelques chiffres clés en matière de consommation, puis un examen des huit sources instigatrices de déconsommation mentionnées ci-dessus, une quantification des effets macroéconomiques d'une baisse de 5 % et de 10 % des dépenses de consommation des ménages, et explore quelques conséquences pour les entreprises et les finances publiques.

Illustration 3

La consommation en quelques chiffres



En 2019, les dépenses de consommation finale des ménages comptaient pour 56,8 % du PIB¹⁰ au Québec, et elles totalisaient 261 G\$, dont 123 G\$ en biens (36,7 G\$ en biens durables, 19,3 G\$ en biens semi-durables et 67 G\$ en biens non durables) et 138 G\$ en services.

Selon le Conference Board du Canada, la consommation québécoise représentera 304 G\$ en 2025 et 347 G\$ en 2030¹¹. La hausse entre 2019 et 2025 se chiffre à 21 %.

Moins de biens, plus de services : la répartition entre les biens et services est aujourd'hui de 47:53 (contre 71:29 au début des années 50).

La consommation de biens durables, semi-durables et non durables¹² atteindra respectivement 43,1 G\$, 23,8 G\$ et 88,6 G\$ en 2030.



La répartition entre les biens non durables consommés a changé : les produits alimentaires et les boissons non alcoolisées représentaient 16,8 % de la consommation finale en 1981, contre 10,2 % en 2019¹³.

En près de 40 ans, les parts cumulées de l'habillement, des meubles et des boissons alcoolisées ont aussi baissé de 6 %, pour atteindre 14 % de la consommation finale, tandis que celles des frais liés à l'assurance et aux finances personnelles ainsi qu'à la santé ont respectivement augmenté de 3,2 % et 2,8 %.

Entre 2014 et 2018, la consommation finale des ménages a connu un taux de croissance de 15,5 % au Canada, soit une accélération plus rapide que celle du PIB (11,4 %), mais presque égale à la progression du revenu disponible.



Les dépenses de consommation finale des ménages au Québec sont passées de 48 286 \$ par famille en 1991, à 79 500 \$ en 2001 et à près de 110 000 \$ aujourd'hui¹⁴.

¹⁰ Elles étaient de 54,2 % en 1981 et de 56,1 % en 2001. Données désaisonnalisées au prix du marché [https://bdso.gouv.qc.ca/pls/ken/ken213_afich_tabl.page_tabl?p_iden_tran=REPERDHX11S20-315789728110\]CoH&p_lang=1&p_m_o=ISQ&p_id_sectr=421&p_id_raprt=1411](https://bdso.gouv.qc.ca/pls/ken/ken213_afich_tabl.page_tabl?p_iden_tran=REPERDHX11S20-315789728110]CoH&p_lang=1&p_m_o=ISQ&p_id_sectr=421&p_id_raprt=1411)

¹¹ En dollar nominal. Selon leur modèle macrométrique, la répartition entre les biens et services restera à peu près la même pour ces deux années.

¹² La part des biens non durables sur le total des dépenses est demeurée assez stable au cours des 20 dernières années.

¹³ Source : Institut de la statistique du Québec.

¹⁴ Calculer cette somme en utilisant les comptes nationaux n'offre pas une image juste de la réalité des familles québécoises, mais permet néanmoins de saisir l'ampleur de la consommation et de son évolution.

L'impact quantitatif de la COVID-19 sur la consommation

Bien que les statistiques récentes soient sujettes à révision, on sait déjà que la crise de la COVID-19 a créé une déconsommation involontaire sans précédent pendant le confinement de la première vague de contagion. Malgré une hausse record du revenu disponible des ménages de 13 %, créée par la Prestation canadienne d'urgence et les transferts fédéraux (en hausse de 186 %), des programmes conçus pour sauver les revenus des salariés qui avaient baissé d'à peine 9 %, les dépenses en consommation finale des ménages québécois auraient chuté de 13 ou 15 % au printemps de 2020. En comparant les données du 2^e trimestre de 2020 à celles du 2^e trimestre de 2019 au Québec, on observe des mouvements sévères :

- **Services de restauration et d'hébergement : -56 %**
- **Transport : -39 %**
- **Articles d'habillement et chaussures : -37 %**
- **Santé : -24 %**
- **Loisir et culture : -16,5 %**

Au 3^e trimestre de 2020, malgré un recul du revenu disponible de 3 % au Canada, les dépenses des ménages canadiens ont rebondi de 13 %, exprimant une forte consommation retardée. Cependant, malgré cette hausse, les dépenses canadiennes ont diminué de 5,0 % par rapport au 4^e trimestre de 2019¹⁵. Il importe de souligner l'influence significative des mieux nantis : à l'échelle nationale, près de 35 % du recul de la consommation est attribuable aux 20 % des Canadiens les plus riches, tandis qu'à peine 12 % est lié aux 20 % des moins riches¹⁶.

¹⁵ -12,4 % pour les services et +7,7 % pour les dépenses en biens durables.

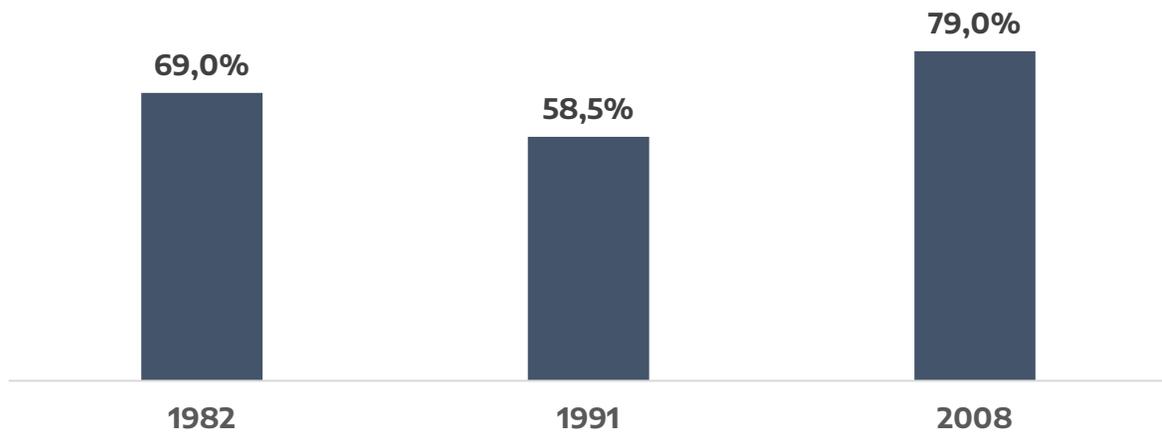
¹⁶ Les mieux rémunérés, ou le premier quintile des ménages selon le revenu gagné, représentent 31% des dépenses non-essentiels et/ou impossibles à faire en raison du confinement. Source : Banque du Canada.

Illustration 4

Le poids de la consommation dans les reprises économiques

La contribution des dépenses des ménages à l'économie est importante, et elle se comptabilise dans le taux de croissance ou de décroissance du PIB, à même les comptes nationaux. En comparant l'effet des dépenses des ménages pendant les cinq années de reprise économique qui ont suivi trois récessions, soit celles de 1982, de 1991 et de 2009, la contribution des ménages a été de :

Contribution de la consommation des ménages à la reprise du PIB lors de trois récessions



Si le moteur de la consommation tournait au ralenti dans l'après-COVID-19, la reprise du PIB serait plus longue.

SECTION 1 – CONTRAINTES ET CHOIX FINANCIERS ET ÉCONOMIQUES PROPULSANT LA DÉCONSUMMATION

Le désendettement

L'âge d'or du crédit et les faibles taux d'intérêt

L'environnement économique mondial du nouveau millénaire a été marqué par une certaine synchronicité. En scène, on retrouve des consommateurs nord-américains et européens, quasi subventionnés par les guerres de prix, la surproduction de biens et le Trésor chinois et sa devise sous-évaluée, et de nouveaux consommateurs plus dépensiers, notamment à la suite de la stabilisation macroéconomique de l'après-crise 2008-2009 et de l'arrivée de nouvelles classes moyennes, principalement dans les pays émergents. En coulisse, on voit percer le fruit d'une forte démographie asiatique (surplus de main-d'œuvre migrante et bon marché), d'un vieillissement des populations occidentales riches (surplus d'épargne), d'une libéralisation des échanges commerciaux et de l'internationalisation du capital dans laquelle les intermédiaires financiers et les fonds privés et publics en viennent à accroître le financement¹⁷. Alors qu'elle s'élevait à peine à 86 % au début de 1990, la dette des ménages canadiens explose pour atteindre 187 %¹⁸ du revenu disponible en 2019, et avoisine les 172 % à la fin 2020. Toutefois, le nombre de ménages endettés reste stable, soit à ±68 % des familles (30 % n'ont aucune dette). Une autre façon de comparer l'évolution de la dette consiste à suivre le ratio dette/valeur nette, qui est passé de 16,4 % en 2000 à 19,7 % en 2020. Pendant la même période, la valeur nette de la fortune des ménages québécois, à savoir leur actif moins leur passif, a augmenté de 1 000 milliards \$ (1 billion \$), propulsée par la hausse de l'immobilier, la valeur des caisses de retraite et les capitaux propres en entreprise¹⁹.

Plus riches et plus dépensiers, les consommateurs augmentent ainsi leur recours au crédit. Selon Statistique Canada, l'utilisation du crédit à la consommation pour chaque dollar de dépenses personnelles est passée de 21 ¢ en 1980, à 38 ¢ en 2005, pour atteindre un passif cumulé de 50 ¢ pour chaque dollar dépensé. On remarque aussi une croissance de l'usage

¹⁷ Au Canada, de 2002 à 2010, la croissance du crédit à la consommation exprimée en taux de variation trimestriel annualisé a grimpé de plus de 10 % presque tous les trois mois (5,65 % en novembre 2017), pour décélérer à 2,95 % en mars 2020 puis se contracter de 2,32 % en août 2020. La valeur du crédit à la consommation au pays était de 640 G\$ en octobre 2019; elle a chuté à 618 G\$ en juin 2020 (approx. 470 G\$ en 2012). À titre comparatif, l'ensemble des prêts non hypothécaires aux entreprises en juin 2020 totalisait 674 G\$. Source : <https://credit.bankofcanada.ca/householdcredit>

¹⁸ Moyenne de 127,31 % entre 1990 et 2018.

¹⁹ Au Canada, la médiane de la valeur nette du patrimoine des ménages est passée de 148 000 \$ en 1999 à 296 000 \$ en 2016. Source : <https://www.banqueducanada.ca/2019/05/revue-du-systeme-financier-2019/#Vuln%C3%A9rabilit%C3%A9-1-le-niveau-%C3%A9lev%C3%A9-d%E2%80%99endettement-des-m%C3%A9nages>

du crédit à la consommation pour payer des biens non durables, une tendance récente au pays²⁰.

La réalité de l'endettement telle que vue en 1974

« Les Québécois ont des revenus et des actifs (dont la maison) moins élevés que les Ontariens et les Canadiens. Ils font proportionnellement plus d'efforts cependant pour s'équiper en biens de consommation durables dispendieux (dettes personnelles et valeur de l'auto plus élevées). Ce comportement est d'ailleurs plus accentué dans les régions à l'extérieur de Montréal où le revenu est moins élevé. Ayant accédé à la société de consommation de masse, les Québécois s'y sont lancés avec vigueur et, semble-t-il, avec moins de discernement et de prudence. Les Québécois sont devenus, malgré leurs revenus moindres, de véritables super-consommateurs. »

Le Québec : de l'illusion de l'abondance à la réalité de l'endettement, la Fédération des ACEF du Québec (Associations des coopératives d'économie familiale), 1974.

Selon Equifax, à cause de la tourmente liée au coronavirus, plus de trois millions de consommateurs canadiens auraient alors choisi de souscrire à des programmes de report de paiements d'une dette. Cette entente avec les prêteurs masque en partie le niveau de détresse financière de certains consommateurs qui devront prochainement faire face aux intérêts cumulés sur leur dette et à la reprise des remboursements en capital²¹.

Quant aux taux d'intérêt, le taux effectif hebdomadaire pour les ménages canadiens a peu varié en dix ans, avoisinant les 3,5 %²², puis a chuté à 2,61 % à la fin de 2020. La stabilité du coût du crédit des ménages avant la pandémie ne reflète pas l'évolution du taux de base ni n'explique à lui seul la hausse de l'endettement. Le taux indicateur de la Banque du Canada, qui avoisinait les 4,50 % en 2007, est passé à 0,50 % pendant la récession de 2008 pour ensuite demeurer à 1,25 % pendant plus de quatre ans. Il est ensuite redescendu à 0,75 % en 2017, a remonté à 2 % en 2018 et a replongé à 1 % en mars 2020, puis à 0,5 % en avril 2020. En plus du faible coût du crédit, la hausse de la rémunération²³ et de la valeur des actifs a sûrement eu aussi un effet important sur la volonté de s'endetter pour consommer avant la pandémie. Malgré tout, les intérêts versés sur les prêts non hypothécaires au 2^e trimestre de 2020 au Canada s'élevaient à 46 \$G, dont 39,7 \$G consacrés uniquement aux paiements d'intérêt sur les dettes liées à la consommation (valeur annuelle désaisonnalisée)²⁴. Bien que ce montant aurait été mieux

²⁰ Au Québec, la valeur de la dette en marges de crédit et cartes de crédit s'élevait à 7,6 G\$ en 1999, pour atteindre 31,5 G\$ en 2016. La dette hypothécaire est passée de 89 G\$ en 1999 à 240 G\$ en 2016.

²¹ Selon BCG, dans la décennie qui nous sépare de la dernière récession, la dette des ménages canadiens a grimpé de 18 % pour dépasser les 102 % du PIB, tandis que celle des ménages américains a reculé de 23 % à 75 % du PIB.

²² 3,59 % en octobre 2009 et 3,69 % en octobre 2019. Le taux d'emprunt pour les ménages était de 8,5 % en 1998.

²³ 5,3 % en 2018 et 6,2 % en 2019 au Québec, selon l'ISQ.

[https://bdso.gouv.qc.ca/pls/ken/ken213_afich_tabl.page_tabl?p_iden_tran=REPERAMNI9X02-1712884791459z\\$h&p_lang=1&p_id_sectr=421&p_id_raprt=1420](https://bdso.gouv.qc.ca/pls/ken/ken213_afich_tabl.page_tabl?p_iden_tran=REPERAMNI9X02-1712884791459z$h&p_lang=1&p_id_sectr=421&p_id_raprt=1420)

²⁴ Cette somme était de 18,72 G\$ en 1998 et 41,84 G\$ en 2008 selon Statistique Canada. [Tableau 11-10-0065-01, Indicateurs du service de la dette des ménages, comptes du bilan national.](#)

alloué s'il avait servi à rembourser une dette, à cumuler de l'épargne ou à perfectionner sa formation professionnelle ou celle d'un proche, les intérêts versés sur le service de la dette liée à la consommation, en proportion du revenu disponible, représentaient 2,52 % en 2020, soit un peu moins qu'en 2000 (3,27 %). Cela peut laisser croire que la « plupart » des Québécois ont toujours les moyens de leurs dettes tant que les taux demeurent bas, mais sûrement pas « tous » les Québécois.

Selon une projection du Directeur parlementaire du budget à Ottawa, la vulnérabilité financière du ménage canadien moyen s'accroîtra pour atteindre un niveau sans précédent. Même sans tenir compte de la crise de la COVID-19, le ratio du service de la dette devrait augmenter de 12 % à 16,3 % à la fin de 2021 (16,30 \$ de paiement en capital et intérêt par 100 \$ de revenu disponible), pour dépasser de 3,4 % la moyenne historique à long terme, qui s'élève à 12,9 %²⁵. De plus, notons qu'en 2000, les paiements obligatoires du principal des dettes non hypothécaires représentaient 6,8 % du revenu disponible, alors qu'ils étaient de 8 % en 2019. Le total des revenus dédiés aux paiements obligatoires de la dette (à taux d'intérêt fixes ou variables selon la formule de crédit souscrite) est une moyenne pour l'ensemble des ménages. Ce pourcentage pour les ménages fortement endettés est plus élevé, soit 34 %. Cela rend cette catégorie vulnérable à des hausses de taux d'intérêt, à un recul des prix de l'immobilier et à une fluctuation importante du revenu liée, entre autres, au coronavirus. Toujours concernant les ménages fortement endettés, la Banque du Canada notait dès 2014, dans un rapport sur les vulnérabilités du système financier canadien : « à peu près 11 % des Canadiens ont un ratio de la dette au revenu supérieur à 350 %²⁶. Collectivement, ces derniers détiennent environ les deux cinquièmes de l'encours de la dette des ménages, soit plus du double qu'en 1999. » Rappelons qu'à la fin 2020, le ratio de la dette en proportion du revenu disponible du quintile des Canadiens ayant les plus faibles revenus était de 259%.

Si le taux d'intérêt était de 1 % supérieur au taux de base (90 jours) anticipé pour les années 2025 et 2030, les reculs additionnels théoriques des dépenses des ménages au Québec seraient respectivement de 3,8 G\$ et 4,3 G\$.

Un jour, les répercussions de la fin de l'ère du crédit à faible taux risqueront d'influencer la déconsommation. Une augmentation des taux d'intérêt et, peut-être, un retranchement du volume de crédit offert par les institutions financières sur une période plus ou moins longue viendraient à stimuler la frugalité des consommateurs et le remboursement des dettes, ou à augmenter l'épargne. Comme dans d'autres domaines de la prévision économique, il n'y a pas de modèle parfait pour calculer l'impact d'une

²⁵ Du 1^{er} trimestre de 1990 à celui de 2017.

²⁶ Données de 2014.

hausse du coût du crédit sur la réduction des dépenses à la consommation et du taux d'endettement. Les types de dettes (hypothécaires, à la consommation, marges de crédit, cartes de crédit, prêts automobiles, etc.) compliquent la donne. Mais puisque les économistes canadiens s'attendent à une hausse du taux obligataire canadien de trois mois de 0,1 % à 1,6 % d'ici 2025²⁷, j'ai projeté l'hypothèse d'une hausse de taux d'intérêt de 1 % dans le modèle macroéconomique du Conference Board du Canada, qui lui-même contient déjà des hausses de taux autoajustées. Le modèle suggère une baisse théorique de la consommation des ménages de 1,25 % par an dans la prochaine décennie (en dollar nominal)²⁸. Par exemple, dans la simulation employée pour les années 2025 et 2030, les reculs additionnels théoriques des dépenses des ménages au Québec seraient respectivement de 3,8 G\$ et 4,3 G\$, si le taux d'intérêt était de 1 % supérieur au taux de base (90 jours) anticipé²⁹.

Hausse de l'épargne

L'après-*Grande Récession* de 2008 suscita la prudence des épargnants, dont le taux d'épargne est monté de 1 % à 4,39 % en 2010. Les ménages ayant réduit fortement leurs dépenses de consommation pendant la crise de la COVID-19, le taux d'épargne est passé de 2 % à 34,5 % au 2^e trimestre 2020, pour se stabiliser autour de 14 % à la fin de 2020³⁰. En chiffres absolus, les Canadiens ont épargné 609 G\$ de plus aux 2^e et 3^e trimestres 2020³¹. En comparant les 2^e trimestres de 2019 et de 2020, l'épargne des Québécois a bondi de 4,4 G\$ à 26 G\$ (soit plus que le total de l'année 2019). L'épargne non planifiée chez les mieux nantis, dont une partie plus importante du budget est consacrée à des dépenses impossibles à faire en période de confinement (p. ex. des voyages, des loisirs, des repas au restaurant), a eu une répercussion de taille. Une partie de l'épargne inattendue de ce groupe a été ensuite réallouée en améliorations locatives (essor des activités de rénovation) et en biens durables (nouveaux équipements en tout genre, du vélo à la motomarine, en passant par un nouveau lave-vaisselle), particulièrement chez les ménages d'âge moyen ou les propriétaires de maison plus âgés dont la chute brutale des dépenses n'est pas liée aux revenus qui sont bien protégés.

Cette hausse de l'épargne ne sera peut-être pas nécessairement passagère. En octobre 2020, 49 % des ménages envisageaient de conserver leur nouvelle épargne par précaution, et 43 % pensaient la répartir entre de l'épargne à long terme, un remboursement de dette et une dépense. Seulement 8 % prévoyaient dépenser la grande

²⁷ Budget 2021, tableau A1.1 – Moyenne des prévisions du secteur privé, page 373, Finances Canada.

²⁸ En dollars de 2019, la traction imposée par cette hausse de 1 % sur le modèle de base indique un effet diminutif des dépenses de 0,7 %.

²⁹ Une baisse de la consommation peut elle-même influencer à la baisse le taux d'intérêt. Bien que cette simulation soit éminemment théorique, un recul de 5 % des dépenses à la consommation en 2025 résulterait en une baisse de taux d'intérêt de 0,6 %.

³⁰ La moyenne du taux d'épargne de 1981-2018 s'élevait à 7,34 % selon *Trading Economics*.

³¹ Contre 38 G\$ au T2 et au T3 de 2019.

partie de cette épargne en 2021-2022. Pour plusieurs personnes endettées, pensons ici aux classes moyennes (3^e et 4^e quintiles des plus riches) dont les engagements hypothécaires sont élevés et pour qui la PCU n'avait pas d'impact réel sur la gravité du choc financier personnel lié à la crise de la COVID-19, il est possible que le souhait de se désendetter persiste jusqu'en 2025.

Dans la simulation d'un choc découlant de la baisse des dépenses de consommation des ménages, qui sera détaillée à la Section 3 et dont l'ampleur s'élève à -5 % en 2025 et à -10 % en 2030, on prévoit des taux d'épargne de 7,9 % en 2025 et de 12 % en 2030. Au Canada, cela représente une épargne annuelle supplémentaire de 48 G\$ en 2025 et de 116 G\$ en 2030 par rapport au niveau prévu dans le modèle de base. Ces données devraient plaire aux banques, compagnies d'assurance et gestionnaires d'actif.

Attente des consommateurs

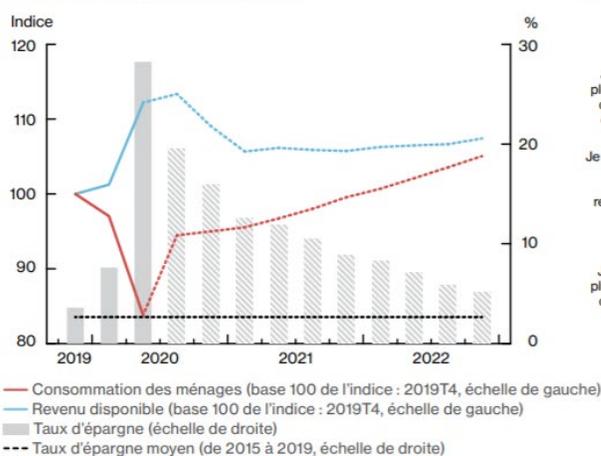
La pandémie teinte encore le comportement actuel des ménages et leur vision de l'avenir. [...] Un plus grand nombre de répondants qu'au trimestre passé signalent avoir annulé ou retardé des achats importants. [...] Bon nombre de répondants s'attendent à ce que leur situation professionnelle revienne à la normale plus rapidement que leurs dépenses. Cette perception donne à penser que la demande des consommateurs aura tendance à se redresser plus lentement que ne le fera le marché du travail, ce qui laisse présager qu'il persistera des capacités excédentaires au sein de l'économie. Encore prudents, les consommateurs comptent conserver de l'épargne de précaution.

Enquête sur les attentes des consommateurs au Canada – Troisième trimestre de 2020.
Banque du Canada. 19 octobre 2020.

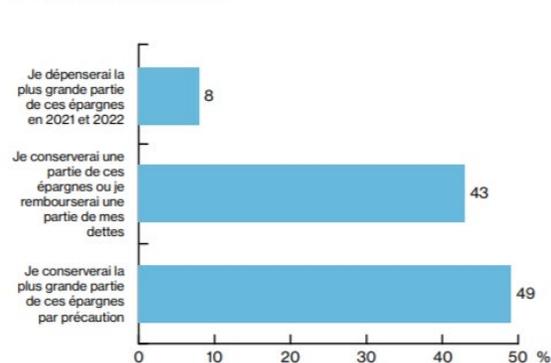
Illustration 5

L'épargne des ménages selon la Banque du Canada

a. Valeur nominale, données trimestrielles



b. Pourcentage de répondants*



* Pourcentage de répondants ayant répondu à la question « Que prévoyez-vous faire avec vos épargnes supplémentaires? » lors de l'enquête sur les attentes des consommateurs au Canada. Voir l'[Enquête du troisième trimestre de 2020](#) pour des précisions.

Sources : Statistique Canada, Banque du Canada et calculs et projections de la Banque du Canada

Dernière observation : 2020T3 (*Enquête sur les attentes des consommateurs au Canada*)

Le retour de l'inflation

La faible inflation ou la désinflation de certains produits, comme on la connaissait, aurait pu provoquer l'inverse de la situation des années 70 ou 80, lorsqu'une hausse accélérée des prix a stimulé une consommation précipitée avant que tout ne coûte plus cher. Ainsi, dans l'avant-COVID, ne valait-il pas mieux parfois attendre une baisse de prix et retarder un achat ? Toutefois, plus on attend, moins on y pense et l'oubli d'un désir d'acheter peut tromper les meilleures offres.

Cette situation pourrait bien changer avec un retour de l'inflation qui stimulerait la déconsommation. D'ailleurs, on peut déjà observer cette inflation depuis quelques trimestres et les économistes canadiens s'attendent à un taux d'inflation 2,2 % en 2021 comparativement à 0,7% en 2020. L'inflation resterait supérieure à 2% pour les prochaines années.

De 2002 à 2018, l'inflation des prix des biens non durables et des services a grimpé respectivement de 42 % et 38 %, tandis que celle des biens durables a reculé de 10 %. Bien que l'inflation ne semblait pas menaçante en 2020, il ne fallait pas oublier la période 2006-2008. Les acheteurs nerveux et les spéculateurs en quête de rendement avaient alors fait grimper rapidement le prix de certains produits de base, comme le pétrole, les métaux, les céréales et les engrais, à des niveaux élevés. L'indice des prix des produits de base (IPPB) de la Banque du Canada est passé de 100 à 325 entre 2001 et 2008. Malgré et en raison de la crise de la COVID-19, l'indice canadien des prix des matières brutes excluant les produits énergétiques a grimpé de 20% entre mai 2020 et mai 2021. Le prix des matériaux de construction avait encore plus fortement monté. En considérant des menaces récurrentes comme le ralentissement des investissements en nouveaux projets miniers et pétroliers, les problèmes d'offre et de demande rencontrés dans le secteur agricole (souvent liés aux aléas climatiques ou au contrôle de qualité), les conflits militaires ou commerciaux ainsi que la fermeture temporaire de plateformes logistiques critiques, l'inflation dans le domaine des matières de base ne peut être exclue.

L'inflation dans le domaine des technologies semble être l'exclusivité des entreprises qui peinent à recruter des talents, à importer des semi-conducteurs et à assumer les coûts du virage numérique imposé par l'*Industrie 4.0*, sans compter la cybersécurité forcée par les pirates du web. Pour les consommateurs, le prix des téléphones intelligents et des ordinateurs personnels a reculé avant la pandémie et la panoplie d'utilitaires qui y sont intégrés a restreint le prix des appareils photo, des téléviseurs, de l'équipement audio, des livres et magazines et des autres biens qui se font une compétition féroce en ligne. Le prix

des logiciels est également demeuré faible³². Toutefois, cette tendance est elle aussi réversible. Des conflits commerciaux et de propriété intellectuelle, des problèmes d'approvisionnement et de coûts des intrants (p. ex. les métaux rares, le personnel scientifique), l'obsolescence technologique programmée ou des « oligopoles numériques » et l'effet boomerang d'amendes gigantesques pour les affaiblir rendraient les technologies moins abordables et moins disponibles. Comme on l'a vu pendant la crise sanitaire, une forte demande pour des médicaments ou des inventions ou équipements médicaux – certains encore difficiles à imaginer³³ – auront leur propre impact inflationniste. Il en sera de même pour des licences de brevet ou des applications scientifiques dont les nouveaux « barons » pourraient être très mercantiles, notamment s'ils viennent de Chine et favorisent d'abord le marché local pour des raisons politiques³⁴.

Le passage à l'économie verte, également, ne saurait se vivre sans une certaine inflation verte. Il faut prévoir de nouvelles normes environnementales, taxes, licences et consignes vertes en tout genre (dont celles liées au carbone), des produits plus propres et durables – mais plus chers –, des obligations de récupérer ou de recycler un produit aux frais du fabricant ou du consommateur, la fin graduelle des subventions pour les énergies vertes ou pour l'automobile électrique et les autres coûts écologiques. Une telle inflation sera certes progressive et s'avère difficile à quantifier pour le moment, mais sa source, l'environnementalisme, ne disparaîtra pas, malgré les révoltes de type « *Gilets jaunes* » ou du passage au pouvoir de quelques politiciens populistes.

Ainsi, un retour des prix élevés des ressources naturelles et de l'alimentation, et des pressions inflationnistes technologiques, environnementales, sanitaires et aussi démographiques – en raison de la tragique pénurie de main-d'œuvre québécoise – pourraient bien accélérer la déconsommation involontaire en créant de l'inflation ou des pénuries difficilement atténuables. Des consommateurs appauvris devront faire des choix, car c'est l'ensemble de la chaîne de valeur qui sera affecté. Par exemple, si le baril de pétrole revient à des prix de 90-100 \$ et qu'une taxe spéciale sur les émissions de carbone est imposée aux transporteurs aériens, moins de Québécois pourront voyager par avion ou acheter des asperges, des framboises ou du saumon importés du Pérou en janvier. Il est difficile d'entrevoir des petits déjeuners moins chers et plus nutritifs si les prix des noix, des oranges, du café ou du bacon bio montent en flèche. Faudra-t-il revenir aux gaufres *Eggo*? Sans travailleurs disponibles à salaire abordable pour vous aider à faire vos récoltes, à ajuster un vêtement de seconde main ou à rénover vos fenêtres, allez-vous simplement réduire vos plantations ou vos achats *vintage* ou négliger votre logis? De plus, l'ajout de centaines de millions de consommateurs chinois et indiens d'ici 2035 ne

³² L'Indice mensuel des prix des logiciels commerciaux de Statistique Canada a monté d'à peine 15 % en dix ans.

³³ Montée des traitements des microbiotes, implants de toutes sortes, thérapies génétiques, médecines alternatives, micro-appareils de santé digitaux, etc.

³⁴ Cette phrase a été rédigée en 2009, puis a été réutilisée dans le contexte du projet *Canada vers 2030* en 2013.

saurait se vivre sans inflation en Occident. L'ampleur de leurs nouvelles « classes moyennes » suffit pour absorber un excédent de production bon marché jusqu'ici exporté vers l'Ouest.

En lien avec la crise économique liée au coronavirus, traditionnellement, un retour de l'inflation peu de temps après un choc économique ajoute au stress d'une baisse du pouvoir d'achat. La recherche des bas prix et la privation pourront ainsi perdurer après la crise et favoriser le fait chez soi, le fait moins vite (dépenses séquencées) et le fait local, s'ils ont été à l'abri de l'inflation. De plus, les périodes de confinements ont sûrement eu un effet négatif sur l'intensité concurrentielle de plusieurs secteurs. Les nouveaux concurrents ont eu du mal à se lancer ou à poursuivre leur pression sur les prix des entreprises établies en 2020-2021, ce qui a aussi favorisé une hausse de prix structurelle encore mal comprise. On peut aussi prévoir que des entreprises qui ont profité de la crise afin (1) d'hausser leurs prix et (2) de réduire leurs coûts grâce aux subventions et prêts d'urgence ne vont pas abaisser les premiers lorsque les seconds disparaîtront.

Une hausse de l'inflation aurait évidemment un impact sévère sur les dépenses des ménages. Dans une simulation à partir du modèle macroéconomique du Conference Board du Canada, si l'inflation grimpeait de 4 % en 2025 et de 5 % en 2030, pareils chocs pourraient faire reculer la consommation de respectivement 17 % et 27 % – des résultats spectaculaires amplifiés par des hausses induites de taux d'intérêt et de l'épargne, et des baisses de l'activité économique, des investissements et de l'emploi. Un choc inflationniste de 4 % en 2025 génère un recul du PIB canadien de 14 % par rapport au niveau normal projeté, et un recul de la demande interne de 17 % au pays. Un choc inflationniste de 5 % en 2030 indique un repli théorique du PIB de 22 %, et un recul de la demande interne de 27,5 % ! Les résultats de cette simulation sont catastrophiques en raison du rôle clé de l'indice des prix à la consommation dans le modèle. On peut certainement douter de leur réalisme, mais l'impact valide néanmoins l'effet négatif sur la consommation.

Le chômage technologique et l'insécurité d'emploi

En raison de la *Grande récession*, entre octobre 2008 et janvier 2010, le taux de chômage canadien est passé de 5,3 % à 7,1 %. Les risques de mises à pied ont d'ailleurs persisté pendant plusieurs années. En période de COVID-19, ce taux est passé de 4,9 % en février 2020 à 12,5 % en juin 2020, pour ensuite s'établir à 7,8 % en juin 2021. Rappelons qu'en juillet 2020, 2,3 millions de Canadiens avaient perdu leur emploi ou travaillaient 50 % moins d'heures qu'avant. En juin 2021, il y avait 450 000 chômeurs de plus qu'en février 2020 au Canada. Selon un bulletin sur l'emploi publié par l'Institut du Québec en novembre 2020, le Québec avait récupéré près de 98 % du niveau d'emploi enregistré avant la crise. Bien que la campagne de vaccination de 2021 laisse présager de jours meilleurs tant pour les chômeurs que pour les travailleurs en situation de sous-emploi, la crainte de perdre son emploi hantera bien des Québécois, y compris ceux qui ont conservé leur poste et ceux qui appréhendent d'autres vagues de confinement.

En 2021-22, de nombreux employeurs se poseront la question suivante : « *En période de guerre nationale au coronavirus, qui ont été nos héros, nos réservistes utiles et non utiles, et nos déserteurs ?* ». Dans l'après-COVID-19, la réponse à cette question clé risque d'ajouter des chômeurs ou de nouveaux travailleurs à temps partiel. On rapporte des déclin de 6 à 11 % des dépenses de consommation des ménages confrontés à un risque de perte d'emplois.

D'abord, la vigueur de la reprise dans les secteurs du tourisme, de la restauration, du commerce de détail, des arts et spectacles et des soins personnels, liée aux aléas de la vaccination et à la fin des contraintes et fermetures de frontières, entretiendra une incertitude stressante. Puis, le télétravail et la récession auront des effets secondaires sur le capital humain, et pas seulement en raison de pertes d'engagement, de formations pratiques décalées ou de problèmes de santé mentale. En 2021-22, de nombreux employeurs se poseront la question suivante : « *En période de guerre nationale au coronavirus, qui ont été nos héros, nos réservistes utiles et non utiles, et nos déserteurs ?* ». Dans l'après-COVID-19, la réponse à cette question clé risque d'ajouter des chômeurs ou de nouveaux travailleurs à temps partiel. La hausse de la productivité, la baisse des coûts et les nouveaux modes de travail ont tendance à révéler davantage d'opportunités de rationalisation du personnel et d'investissements technologiques que de création d'emplois. Or, l'angoisse de l'employabilité a des conséquences sur la consommation et des études ont démontré le lien entre le risque de chômage et la baisse ou le report de la consommation. Selon les pays, les filets sociaux et le niveau d'insécurité, on rapporte des déclin de 6 à 11 % des dépenses de consommation des ménages confrontés à un risque de perte d'emploi. Malgré la situation de plein emploi de l'avant-COVID-19 et de l'avant-automatisation, la possibilité d'un ralentissement économique ou

d'un risque de chômage technologique peut susciter l'insécurité d'emploi qui elle-même, stimule l'épargne préventive mentionnée plus haut.

Dans mon étude « **Automatisation, nouveaux modèles d'affaires et emploi** »³⁵, j'écrivais :

Avec la croissance accélérée de la robotisation, des systèmes automatisés, de l'intelligence artificielle et des modèles d'affaires perturbateurs (prochain Uber ou Netflix), quelque 1,4 million de travailleurs québécois pourraient être affectés dans les prochaines années. L'automatisation offrira de nouvelles tâches, de nouveaux emplois et de nouvelles opportunités de productivité et d'atténuation de la pénurie de main-d'œuvre liée au vieillissement. L'imagination nous manque pour les définir maintenant et anticiper l'effet net sur les salaires. Cependant se cache aussi un grand risque d'apparition de nouveaux chômeurs technologiques ou de salariés sous-employés (donc moins payés), surtout chez ceux occupant des emplois manuels et cognitifs routiniers. Davantage de personnes en quête de nouvelles formations sont aussi à prévoir. Sous l'effet des nouvelles technologies, des créneaux économiques favoriseront le statut de travailleur pigiste ou autonome (montée du gig economy), et probablement davantage de précarité avec son lot d'insécurité (financière, juridique, temporelle, de compétences, etc.). L'essor du commerce en ligne, des entrepôts robotisés et des plateformes de partage de biens se feront au détriment des travailleurs du commerce de détail. La consommation des services, incluant les services professionnels, profitera aussi de l'essor des systèmes automatisés, de l'intelligence artificielle et des modèles d'affaires perturbateurs (on aura peut-être moins d'agents de voyages, de radiologistes, d'avocats, de notaires ou de conseillers financiers par exemple). Bref, les effets préoccupants de la révolution numérique sur la main-d'œuvre pourraient mal se vivre pour des travailleurs anxieux à cause du risque d'être dépassés par la machine et les logiciels intelligents, suscitant une consommation réduite et une hausse de l'épargne, pour peut-être financer un retour aux études.

Si l'inquiétude liée à l'emploi est un facteur pouvant stimuler la déconsommation, la déconsommation elle-même en viendrait à générer des pertes d'emplois. Si la consommation chutait de -5 % et de -10 % en 2025 et 2030, des reculs de -445 000 emplois et de -972 000 emplois au Canada seraient observés.

Une des séquelles des récessions sur la consommation a été soulevée par Alan Greenspan dans un discours en juin 1996, lorsqu'il affirmait qu'après une période d'insécurité professionnelle ou de chômage, les travailleurs ont tendance à oublier les augmentations de salaire au profit de la sécurité d'emploi. Après une récession marquée par le chômage,

³⁵ Eric Noël, Institut du Québec, janvier 2018, <https://www.canada2030.ca/fr/essay-ideas/automatisation-nouveaux-modeles-daffaires-et-emploi-une-prospective-quebecoise/>

on assiste « à une diminution des grèves, un allongement des contrats de travail, et stagnation des salaires », a-t-il affirmé. Malgré la rareté de main-d'œuvre au Québec et la hausse de la rémunération dans plusieurs secteurs (elle-même liée à la hausse de l'inflation discutée précédemment), la peur de l'automatisation, de la réduction involontaire du temps de travail ou de l'impartition à de nouveaux fournisseurs issus de la révolution numérique peut aussi ajourner les demandes de hausse de rémunération – ce qui risque d'accentuer, par ricochet, la déconsommation.

Notons aussi qu'en général, la société moderne occidentale étant plus individualiste, de nombreux sans-emploi basculent plus rapidement qu'autrefois vers la pauvreté, faute de cellule familiale ou de réseaux adéquats et bien nantis pour les soutenir temporairement. Ainsi, en songeant au recul économique des classes moyennes aux États-Unis en 2008-2009, on comprend la déconsommation de ceux qui se sont retrouvés en chômage prolongé ou en situation de sous-emploi pendant plus de trois ou quatre années frugales³⁶. La longueur des périodes de chômage économique ou technologique fait réfléchir à l'aspect générationnel des conséquences des récessions sur le potentiel d'emploi, donc de revenu. Des experts, dont Heidi Shierholz du Economic Policy Institute, estiment que la reprise de l'emploi, qui a été plus lente aux États-Unis entre 2008 et 2010 surtout pour les jeunes, provoque la déconsommation en raison de difficultés de rattrapage professionnel. Elle note que dix ou quinze ans plus tard, les victimes des crises économiques sont toujours moins avancées dans leurs carrières et moins riches. Ayant moi-même terminé mes études lors de la récession de 1990-1992, je peux confirmer cette hypothèse. Le taux de chômage de ma cohorte dépassait les 30 % et la reprise de l'emploi a été l'une des plus lentes de notre histoire économique, affectant nos carrières et forçant, dans certains cas, l'entreprenariat ou l'expatriation. Qu'en sera-t-il des diplômés de la « promotion 2020 ou 2021 » ?

Si l'inquiétude liée à l'emploi est un facteur pouvant stimuler la déconsommation, cette dernière, en elle-même, contribue en retour à générer des pertes d'emplois. Dans la simulation de chocs de consommation selon le modèle macroéconomique du Conference Board du Canada, on constate un recul de l'emploi de 2,2 % en 2025 si la consommation chute de 5 %, et un recul de 4,6 % en 2030 si la consommation se rétracte de 10 %. À l'échelle nationale, cela représente des pertes de 445 000 emplois en 2025 et de 972 000 emplois en 2030. Les secteurs les plus touchés seraient ceux du commerce de gros et de détail, de l'immobilier, de la construction et des services en général.

³⁶ Signe d'un mouvement tristement intéressant, le livre et le film *Generazione 1000 €* (2009) dépeint la vie des jeunes Italiens dans la vingtaine qui, sans grandes possibilités professionnelles, se débrouillent pour vivre avec moins de mille euros par mois.

L'effet Ricardo-Barro

La théorie de Ricardo-Barro ou « l'équivalence ricardienne » postule que le taux de consommation en proportion du revenu disponible d'un ménage reflète davantage la valeur présente du potentiel de ses revenus futurs que de soudaines hausses de revenus liées aux transferts gouvernementaux. En contraste avec les théories keynésiennes de stimulation de la demande privée par les dépenses et l'endettement publics, cette proposition ricardienne avance que les ménages sont raisonnés et prudents avec l'argent injecté dans l'économie par l'État, et épargnent davantage en craignant des hausses de taxes et d'impôts à venir³⁷.

En 2019, Ottawa prévoyait des déficits annuels variant de 14,9 G\$ à 9,8 G\$ entre 2019 et 2023. Le déficit s'est établi à 354 G\$ en 2020-2021. La projection actuelle estime le déficit fédéral 2021-2022 à 154 G\$³⁸. La dette fédérale aura doublé en cinq ans pour atteindre plus de 1 400 G\$, soit +/-50% du PIB. Uniquement pour rembourser sur cinq ans, à partir des impôts personnels, la moitié des déficits fédéraux liés à la crise de la COVID-19 (années budgétaires 2020-2021 et 2021-2022) – prenons comme chiffre 230 G\$ –, il faudrait imposer un « *supplément d'impôt COVID-2020* » aux particuliers de 23 % en moyenne par an³⁹. L'autre moitié des déficits, si elle était comblée par une hausse de la TPS, exigerait de faire passer celle-ci à 10 % pendant cinq ans. Voilà de quoi ralentir la consommation !

Au Québec, les déficits budgétaires sont de 15 G\$ pour 2020-2021 et de 12,3 G\$ pour 2021-2022. Selon le même exercice que ci-dessus, en visant le remboursement complet de ces déficits sur cinq ans, on serait forcé de hausser les revenus tirés de l'impôt des particuliers de 7,6 % et d'ajouter une TVQ supplémentaire « *spécial COVID* », qui ferait passer celle-ci à 11 %.

Bien qu'à mon avis une hausse de la TPS de 1% en juin 2021 aurait été fiscalement responsable et acceptable, il est impossible « politiquement » de mettre en place ces mesures hypothétiques, et même « économiquement » en raison d'un risque d'aggravation des conditions économiques de l'après-COVID. Des hausses de taxes et d'impôt demeurent quand même possibles et elles freineront l'optimisme de plusieurs consommateurs.

³⁷ En Europe, la Commission européenne a soumis l'hypothèse qu'un accroissement de 1 % du déficit structurel se traduisait par une hausse de 0,75 % de l'épargne (en point de PIB).

³⁸ Le Gouvernement du Canada s'est infligé des centaines de milliards de dollars de déficit afin d'obtenir un PIB nominal inférieur de 184 milliards en 2020 et 75 milliards en 2021 à ce qu'il avait prévu dans sa *Mise à jour économique et budgétaire* de 2019.

³⁹ En plus des 4 % annuels prévus dans le plan budgétaire d'Ottawa, liés à la croissance économique.

En ce qui concerne la dette, à l’instar des ménages, les gouvernements ont profité des taux d’intérêt historiquement bas pour s’endetter. Ottawa consacrait l’équivalent de 6 % du PIB en paiement d’intérêt sur sa dette dans les années 90 et moins de 1 % aujourd’hui, mais les dépenses en intérêt sur la dette fédérale passeront quand même de 20 G\$ à presque 40 G\$ entre 2020 et 2025⁴⁰. Au Québec, les coûts d’intérêt de la dette s’établissent à 7,7 G\$, ou 905 \$ par habitant⁴¹. La dette brute a augmenté de 28 % en dix ans, pour dépasser les 219 G\$. Elle avoisinera les 255 milliards en 2025. À l’évidence, le coût du service de la dette serait grandement affecté par une hausse des taux d’intérêt lors du renouvellement par Québec de 16,9 G\$ d’obligations gouvernementales dues en 2030-2031⁴².

Sans une activité économique accélérée – les révisions à la baisse de notre potentiel de PIB n’étant pas encourageantes –, et sans une forte hausse de la productivité, les taxes et les impôts risquent inévitablement d’augmenter. Il est à noter que les baisses d’impôt personnel enregistrées au pays dans les années 2000 avaient permis une hausse du revenu disponible, parfois dans un contexte de revenu brut stagnant, favorisant néanmoins la hausse des dépenses et du crédit personnels. En 2020, aucun expert ni déconsommateur n’envisage de baisses d’impôt ou de taxes de vente significatives à court terme.

Bien que la validité de « l’équivalence ricardienne » ait longtemps été – et est encore – débattue, son théorème est pertinent. Ainsi, des ménages qui anticipent des hausses d’impôts, de taxes ou de prix à la consommation risquent d’augmenter leur épargne, de réduire leurs dépenses et d’ajuster leur budget en conséquence. Un environnement dans lequel les coûts sociaux (santé, éducation, vieillissement, climat, sécurité publique) sont en hausse constante ne favorise pas la croissance rapide des dépenses discrétionnaires. De plus, stressés par l’expérience de la COVID-19 ou simplement pessimistes, certains citoyens craignent de nouveaux fléaux pour lesquels l’État ne saurait éponger les coûts tandis que d’autres ne croient plus au maintien de la gratuité ou de l’accessibilité à certains programmes sociaux. S’ils ont peur de les voir disparaître ou couper, ou d’être en partie facturés pour ceux-ci dans un avenir pas si lointain, ou s’ils anticipent une hausse de leurs coûts de santé ou de ceux d’un proche en raison de l’âge, ces mêmes citoyens contribueront, par leurs comportements préventifs, à la déconsommation.

⁴⁰ Au Québec seulement, le Fraser Institute estimait en 2017 le total des intérêts payés sur la dette de la province et sa part de ceux sur la dette fédérale à 14,77 G\$, soit 1 774 \$ par Québécois.

⁴¹ En 2001, 14,3 % des revenus de Québec allaient au service de la dette, et ce ratio est aujourd’hui de 6,4 %.

⁴² Le Ministère des Finances estime qu’une hausse du taux d’intérêt de 1% de plus que projeté lui coûterait 6,2 G\$ en cinq ans.

SECTION 2 – CONTRAINTES ET CHOIX PERSONNELS ET SOCIÉTAUX PROPULSANT LA DÉCONSUMMATION

La consommation durable

L'écoresponsabilité intègre une prise de conscience et de responsabilité des facteurs liés à la santé, à l'environnement et à la justice sociale dans la compréhension des phénomènes de production, de distribution et de consommation. Son examen permet de mieux saisir les effets de déconsommation liés au virage vert et à la santé⁴³.

Relativement à la santé et à l'alimentation, par exemple, les produits sans sucre, sans sel, sans gras, sans antibiotiques, sans pesticides, sans OGM ont déjà la cote et stimulent la déconsommation des produits qui contiennent lesdits ingrédients. Une réduction des déplacements, du tabagisme, de la malbouffe, des boissons gazeuses, ou des excès d'alcool ou de viande rouge se situe dans le mouvement de la déconsommation, mais peut favoriser une consommation nouvelle (moins de beurre et de *chips*, mais plus de chou frisé, de soya ou de poissons sauvages), plus ou moins chère. Relativement au non alimentaire, on note une ferveur pour les produits alimentaires, ménagers et cosmétiques biologiques, les vêtements en fibres naturelles éthiques ou recyclées, les produits faits de papier recyclé et les biens usagers (meubles, jouets, vêtements, vélos, etc.).

Selon l'Indice Kijiji de l'économie de seconde main, 2,4 milliards d'objets usagers ont trouvé repreneurs en 2018 et les Canadiens ont dépensé 27,6\$ en biens d'occasion. En 2019 aux États-Unis, le commerce des vêtements de seconde main a crû 21 fois plus rapidement que le marché des vêtements conventionnels. De grands noms du commerce offrent déjà des options de vente en ligne ou en magasin de leurs produits déjà portés.

Stimulée par des facteurs moraux, éthiques, de stress et même quasi spirituels (en symbiose avec *Gaya*), la conscientisation environnementale accrue chez les jeunes et moins jeunes change la consommation. Que ce soit l'intérêt que suscitent les effets et réponses aux changements climatiques ou la déception collective face à la problématique des déchets, de la pollution de l'eau et de l'air ou de la destruction des habitats sauvages,

⁴³ Notons que le *Baromètre 2020* indique que 80 % des Québécois croient être des consommateurs responsables, 21,8 % ont l'impression d'être des consommateurs plus responsables qu'avant la pandémie, et 84,3 % pensent que le changement de comportement de consommation commence par les individus eux-mêmes.

marins et des espèces, le développement durable devient une nécessité pour une majorité de Québécois. Ainsi remarque-t-on un essor de popularité pour le recyclage en tout genre : marchés aux puces, ventes-débarras, troc, friperies, sites web qui favorisent l'échange et la réutilisation de biens usagés. Selon l'*Indice Kijiji de l'économie de seconde main*, 2,4 milliards d'objets usagers ont trouvé repreneurs en 2018, et les Canadiens ont dépensé 27,6 G\$ en biens d'occasion, soit presque autant que les dépenses des ménages en électricité et gaz et plus que celles en produits pharmaceutiques et médicaux au cours de la même année⁴⁴. La popularité des plateformes de vente de vêtements et d'accessoires de seconde main, comme *ThredUp*, *Poshmark* ou *Depop*⁴⁵, auprès de la génération Z dénote aussi à quel point la pratique du « consommer usagé » s'ancre chez les (dé)consommateurs de demain. Aux États-Unis, le commerce des vêtements de seconde main a crû 21 fois plus rapidement que le marché des vêtements conventionnel en 2019. De grands noms du commerce de détail comme H&M, Macy's, JCPenney et Gap offrent déjà des options de vente en ligne ou en magasin de leurs produits déjà portés. D'autres marques ont emboîté le pas avec des sites web offrant des services de location de vêtements. Toutefois, il faut noter que pendant la période de la COVID-19, la fréquentation des marchés aux puces et des magasins de seconde main, de même que la recherche en ligne d'articles rétro (*vintage*), ont baissé pour des raisons de consignes et d'appréhensions sanitaires.

La consommation durable ou responsable est une tendance amorcée depuis les années 60, et le style de vie de la « consommation minimaliste », qui avait des allures marginales, gagne aujourd'hui davantage d'adeptes modérés (voir plus loin le facteur *post-consumérisme*). Les consommateurs s'attendent à des produits plus « solides », moins énergivores, récupérables ou faits de matière recyclée et à faible impact sur l'environnement. Les gouvernements mettent en place des politiques et normes favorisant le développement durable dans les biens et services de consommation et dans leurs propres marchés publics. Pionnière majeure, l'Union européenne a récemment mis à jour sa politique d'économie circulaire⁴⁶ qui vise à minimiser la pollution et les rebuts en favorisant de meilleures conception et utilisation des produits, et davantage de possibilités de réparation, de réutilisation et de recyclage des biens et des ressources – particulièrement les plastiques, les déchets agroalimentaires, les matières premières rares, les composants électroniques, les emballages et les rebuts de la construction/démolition et de la biomasse. Depuis la première mouture de cette politique européenne en 2015, une vingtaine de pays ont emboîté le pas, y compris le Québec.

⁴⁴ Aux États-Unis, la vente de vêtements de seconde main pourrait atteindre les 51 G\$ US en 2023, selon la firme *GlobalData*.

⁴⁵ Depop a été acquise par Etsy pour 1,625 G\$US en 2021. La start-up avait une valeur de 253 M\$US en 2019.

⁴⁶ Lectures suggérées : *Towards the Circular Economy*, Ellen MacArthur Foundation and McKinsey & Company, <https://www.ellenmacarthurfoundation.org/circular-economy/what-is-the-circular-economy>. Exemples québécois sur le site <https://www.quebeccirculaire.org/initiative/#page1:local> ; et dossier dans la *Revue Gestion* (HEC) <https://www.revuegestion.ca/dossier-economie-circulaire-lheure-des-choix-le-quebec-donne-t-il-lexemple>.

Mieux informés des coûts et des risques environnementaux d'un produit, ou des mauvais comportements environnementaux de son fabricant, des déconsommateurs renoncent à l'acquisition d'un bien et s'en passent. Les secteurs du transport, de l'énergie, de l'eau, de l'agriculture, du vêtement, de la construction et du bâtiment, de l'électronique et du traitement des déchets subissent tous les pressions des environmentalistes, des consommateurs « verts » et de leurs propres employés pour accélérer le virage écologique. Ce mouvement ne sera pas sans conséquence sur le volume, les prix et les comportements de consommation (fréquence des achats). L'efficacité technologique favorisera une hausse de l'efficacité sous toutes ses formes, incluant une baisse des intrants et une durée de vie prolongée des extrants⁴⁷.

Parmi les sceptiques de la consommation durable, les Canadiens Joseph Heath et Andrew Potter, auteurs du livre *The Rebel Sell* (2005), s'attaquent aux mythes des consommateurs « alternatifs » en présentant leur contre-culture aux apparences subversives comme étant simplement un nouveau segment de marché, au service du même consumérisme dont les consommateurs « responsables » tentent de s'éloigner. D'autres auteurs critiques ont dénoncé le volet élitiste du mouvement, et l'accumulation constante et futile des biens et vêtements de seconde main par les adeptes du *vintage*. Selon Alden Wicker, une journaliste spécialisée en mode responsable, il faut un certain niveau de revenu pour se permettre des achats durables ou équitables et le « luxe » de boudier presque toutes les annonces d'aubaines. Elle mentionne aussi qu'il faut disposer de temps pour rechercher les informations pertinentes aux choix de consommation alternatifs (et éviter le *greenwashing*) ainsi qu'une éducation supérieure pour comprendre la plupart des *eco-labels*.

⁴⁷ Il y a parfois des incohérences entre les normes environnementales imposées aux fabricants. Un moteur d'automobile a été modifié pour abaisser ses émissions de gaz toxiques de 1 %, mais des dizaines de milliers de kilomètres ont ainsi été retranchées à sa durabilité d'autrefois, créant prématurément des tonnes de rebuts mécaniques.

Grande maison – grosse consommation

Le confinement lié à la COVID a révélé que si l'humain ne peut combler ses besoins sociaux en se regroupant, il préférera alors vivre son isolement dans un grand logement. Surtout s'il est forcé de travailler à la maison même après la pandémie. La maison est l'épicentre de la consommation et sa superficie est un élément clé de l'accumulation matérielle. De plus en plus grandes, les résidences auraient doublé de taille au Canada depuis les années 70. Comme elles sont plus vastes, leur construction et leur aménagement exigent davantage de ressources et de biens, et leurs propriétaires ont plus d'espace à meubler ou à encombrer. Mis à part des facteurs de rareté et de demande immobilières propres aux centres-villes, la disponibilité des terrains, le faible coût de l'énergie et du financement et les infrastructures menant à nos belles campagnes ont favorisé l'expansion des banlieues et le secteur des résidences secondaires, dont l'espace bâti n'a pas diminué, voire a pris de l'expansion. Le nombre de pièces par logement et le nombre de pièces par personne demeurent importants au Canada. À l'inverse, les préoccupations liées aux changements démographiques, à l'accessibilité du logement et à l'immigration contribuent à la réduction de la taille des appartements en copropriété. La démographie génère une hausse des besoins en logements pour une à deux personnes, et une baisse des logements pour quatre personnes ou plus. On observe toutefois l'arrivée des minimaisons, courant lancé vers la fin des années 2000 pour une meilleure utilisation de l'espace, une abordabilité domiciliaire accrue et une réduction de l'empreinte environnementale. Cette mini-tendance va aussi dans le sens de la réduction de la consommation de biens matériels.

La démographie

Malgré une immigration importante avant la pandémie, les projections de Statistique Canada indiquent que le pourcentage de la population canadienne et québécoise âgée de plus de 65 ans passera respectivement de 17 % et 18,8 % en 2018 à 22,4 % et 25 % en 2030, avec plus de 9,4 millions de consommateurs canadiens et 2,2 millions de Québécois dans cette catégorie (dont 618 000 personnes âgées de 80 et plus au Québec en 2030). Entre 2006 et 2016, la population québécoise de 65 ans et plus a augmenté de 47 %, passant de 1 million à 1,467 million de personnes. Elle augmentera de 42 % d'ici 2030. Des changements importants dans les revenus, les dépenses et les styles de vie des consommateurs « grisonnants » sont évidemment à prévoir et à étudier de près, car ils pourraient contribuer à la déconsommation.

Impact sur les revenus

Tant au Canada qu'au Québec, le plus grand groupe de personnes déclarant un revenu est aujourd'hui celui des 65 ans et plus⁴⁸. De ce nombre, 22 % au Canada et 16 % au Québec sont dans la catégorie « revenu personnel de plus de 50 000 \$ ». Environ 50 % des Québécois âgés de plus de 65 ans ont des revenus supérieurs à 25 000 \$⁴⁹. En comparant les « 25-34 ans » avec les « 55-64 ans » sur une période de 20 ans (de 1997 à 2017), le revenu médian du plus jeune groupe a progressé de 76 %, tandis que celui des plus vieux a augmenté de 105 %. Puisque la population québécoise des 34-44 ans est restée presque la même (± 1 million de personnes), il vaut mieux accompagner le vieillissement du consommateur plutôt qu'éviter ce dernier : les 65-75 ans ont presque doublé pendant cette même période (de 671 000 à 1 million de personnes). Ce sont ces derniers qui continueront d'avoir le plus grand impact sur la consommation dans la prochaine décennie, même si leurs dépenses per capita venaient à stagner.

En fait, la part du revenu disponible des 65 ans et plus sur l'ensemble des revenus des particuliers âgés de 16 ans et plus au Canada est passée de 13,8 % en 2008 à 18,2 % en 2019. Le total des revenus des Québécois âgés de 65 ans et plus a atteint 59,3 G\$⁵⁰ en 2019, une hausse de 60 % en 10 ans. À titre de comparaison, le total des revenus des 45-64 ans (2,3M de personnes) s'établissait à 125 G\$. Toujours en 2019, le revenu moyen des 65 ans et plus au Québec était de 40 % inférieur à celui des 45-54, et de 25 % sous celui des 55-64 ans, ce qui représente un reflet de la retraite⁵¹.

⁴⁸ Par groupe d'âge, 5,86 millions de Canadiens, incluant 1,48 million de Québécois.

⁴⁹ Personnes âgées de 65 ans et plus avec un revenu de 75 000 \$ et plus en 2018 : 105 000 au Québec et 295 000 en Ontario.
<https://www150.statcan.gc.ca/t1/tbl1/fr/cv.action?pid=1110000801#timeframe>

⁵⁰ La « variation des droits à pension » au Québec a atteint 19,5 G\$ en 2019, soit 11 G\$ de plus qu'en 1999.
<https://www150.statcan.gc.ca/t1/tbl1/fr/tv.action?pid=3610022401&pickMembers%5B0%5D=1.6&cubeTimeFrame.startYear=1999&cubeTimeFrame.endYear=2019&referencePeriods=19990101%2C20190101>

⁵¹ Revenu moyen, en dollars de 2019 : 68 400 \$ pour les 45-54, 55 300 \$ pour les 55-64 et 41 500 \$ pour les 65 et plus.

On sait que les membres de la génération « silencieuse » (nés entre 1925 et 1944) avaient fondé leurs retraites sur l'épargne. La génération actuelle de retraités peut, en général, vivre confortablement grâce à son épargne accumulée, sa faible dette, l'absence d'impôt sur la fortune, les pensions de retraite (souvent à bénéfices déterminés) et les autres appuis publics et privés courants. D'ailleurs, un rapport paru en 2007 indiquait que les aînés consommaient alors seulement 14 % de moins que les non-retraités, et que certains pouvaient même continuer d'épargner et de faire davantage de dons et de dépenses discrétionnaires. Pareil niveau de vie n'est pas garanti pour ceux qui prendront leur retraite dans les prochaines décennies.

Les *boomers* (nés entre 1945 et 1964) ont basé leur retraite sur l'appréciation de leurs actifs, fragilisée en 2008 et peut-être aussi en 2020-2021 dans le cas des propriétaires de PME, ainsi que sur la continuité de l'État-providence. Ainsi, la population vieillissante en 2021 est plus endettée et plus touchée par l'insécurité financière. Il est difficile de vérifier maintenant avec exactitude si un tiers ou un quart des *boomers* québécois ont mal préparé leur retraite et devront couper plus de 30 % de leurs dépenses personnelles courantes une fois retraités. S'ils travaillent et épargnent pendant 5 ans de plus, soit jusqu'à 70 ans, on assisterait évidemment à un bon redressement des finances personnelles de ceux qui envisagent fréquemment un revenu de retraite équivalant à 60 ou 70 % de leur salaire – sans compter la contribution fantastique que cela aurait sur la réduction de la rareté de la main-d'œuvre et le transfert du savoir-faire. Il faudra aussi observer l'évolution du prix de l'immobilier, souvent le premier actif dans le patrimoine⁵², lorsqu'un grand nombre de *boomers* deviendront vendeurs de résidences en même temps dans une même localité. Pour plusieurs d'entre eux, cela signifiera « *réduire les dépenses, vendre la maison et le chalet, déménager vers de plus petites villes où le coût de la vie est moins élevé, coposséder une résidence ou une automobile et partager l'abonnement à des services d'aide à domicile ou de soins médicaux (pour le véritable sharing-economy, les femmes seront peut-être meilleures que les hommes pour partager ou cohabiter)* »⁵³. Évidemment, les aînés les mieux nantis qui ont une épargne excédentaire pourraient augmenter leur consommation, léguer leur fortune en héritage à leurs enfants (eux-mêmes alors susceptibles de succomber aux charmes d'une retraite hâtive ou d'une maison de rêve) et créer de l'inflation dans certains types de consommation – dépenses résidentielles, soins aux personnes, biens, chalets et vacances de luxe, par exemple. Les inégalités de richesse entre personnes âgées, un thème négligé au Québec, seront abordées plus loin dans ce texte. Les inégalités intragénérationnelles créées par les

⁵² Notons la hausse de 42 % en 2018 de la valeur des prêts hypothécaires inversés, qui ont dépassé les 3 G\$, une tactique financière privilégiée par les aînés qui ont une résidence payée, mais de faibles liquidités.

⁵³ Eric Noël, *Canada vers 2030*, 2013.

successions sont de plus en plus observables, mais n'influenceront pas la déconsommation.

Le vieillissement de la population aura aussi des effets sur les proches aidants, tant les enfants qui soutiennent leurs parents que les aînés qui aident d'autres retraités. Cela se traduira, par exemple, par une réduction de la capacité de voyager, des revenus ou du temps consacrés aux achats ou aux loisirs de ces personnes, les plaçant involontairement en situation de déconsommation.

Impact sur les dépenses

Au chapitre des dépenses, la transition démographique québécoise représentera à la fois un risque et une opportunité. Il y a un risque évident de diminution des dépenses par ménage chez les aînés. Par exemple, sur la base du calcul des dépenses de consommation courante des ménages selon l'âge (données monétaires du PIB divisées par le nombre de ménages), on observe en 2017 que les membres d'un ménage âgés entre 40-54 ans dépensaient 1,6x plus que les 65 ans et plus – soit 74 638 \$ contre 46 028 \$⁵⁴. Les statistiques révèlent des chutes de consommation importantes après 65 ans pour les catégories suivantes : vêtements et accessoires, transport, matériel de loisirs, équipement ménager, restauration et communications⁵⁵. Ces contractions s'accroissent avec l'âge : à 70 ans, on peut encore jouer au golf, mais à 90, on le regarde à la télé.

En parallèle, comme mentionné plus haut, l'accroissement du décaissement de l'épargne par les retraités et la hausse de leur demande pour des biens et des services, comme ceux liés à la santé ou au maintien du logement, stimuleront la forte croissance de ce segment de marché en terme absolu et aussi d'inflation⁵⁶. On peut spéculer que dans les prochaines années, les 65 ans et plus seront en tête de la croissance des dépenses personnelles au pays, mais encore faudra-t-il que les entreprises adaptent leurs offres en conséquence. Par exemple, les personnes âgées passent 25 % plus de temps que les gens dans la trentaine à magasiner pour chaque dollar dépensé, et ils achètent de plus petites portions. De plus, il vaudra mieux rendre l'expérience d'achat ou de déplacement agréable, puisque ces consommateurs ont tout autant à cœur de dépenser leur temps et leur argent que de se sentir jeunes – ce sont des *boomers* après tout. Le service communautaire, le bénévolat et les loisirs comme le jardinage attireront plus de passionnés, détachés de l'accumulation matérielle. La valeur et le volume des dépenses de consommation en seront altérés.

⁵⁴ <https://www150.statcan.gc.ca/t1/tbl1/fr/cv.action?pid=1110022701#timeframe>

⁵⁵ Ce constat vaut également pour les dépenses alimentaires, d'éducation et de logement, mais s'explique par le départ des enfants devenus adultes et les ajustements de la taille du ménage.

⁵⁶ Situation anecdotique liée au décaissement et à la rareté de main-d'œuvre au centre-ville de Québec, une voisine septuagénaire a accepté de payer plus de 40 \$ l'heure pour des peintres et des laveurs de vitres en 2018, majorant les attentes salariales des étudiants dont c'est le travail l'été.

Bien évidemment, avec l'âge, la perte d'énergie physique, de mobilité, de vision, d'audition, et des maladies comme le diabète et l'Alzheimer nuisent à une consommation active. La santé et les frais qui y sont associés sont d'ailleurs la source d'une inquiétude normale pouvant perturber la consommation. Il semble probable qu'en anticipant une longévité accrue et des coûts de vieillesse plus élevés, des Québécois actifs, mais vieillissants, vont tenter de conserver leur épargne et d'abaisser leur consommation en fin de carrière, sinon de différer l'âge de la retraite. Ce postulat n'est pas encore prouvé et la crise de la COVID-19 donnera peut-être envie d'une retraite anticipée ou d'un décaissement d'épargne accéléré, mais si on se fie aux années qui ont suivi la récession de 2008-2009, on observe que les 55-64 ans savent changer leurs plans et s'adapter aux conditions économiques. De plus, on anticipe davantage de pauvreté chez les aînés dans les prochaines décennies⁵⁷ en raison de la baisse du taux d'épargne mentionnée précédemment, de la baisse des retraites à bénéfices déterminés et des faibles taux de rendement obligataire, tout cela dans le contexte d'une inflation probable des coûts de santé, des soins à domicile et des logements adaptés. On commence également à découvrir les effets de pauvreté liés au divorce⁵⁸ chez les nouveaux aînés. Des centaines de milliers de Québécois qui ont souffert d'une réduction de leur épargne après une rupture et/ou une situation de monoparentalité qui les a appauvris n'auront pas la capacité de dépenser des retraités qui les ont précédés. Dans ces cas aussi, d'aucuns devront retarder leur fin de carrière.

L'anxiété financière, réelle ou obsessive, incite des personnes âgées à protéger leur capital à la retraite de tout décaissement, à réduire/limiter leurs dépenses (« *ce n'est pas le temps de profiter de la vie et de tout dépenser, mieux vaut vivre en sécurité financière le plus longtemps possible.* ») Une recherche américaine, parue en 2017 et fondée sur le suivi de centaines de retraités pendant 18 ans, a observé que 80 % des personnes âgées possédaient toujours leurs actifs de base initiaux. La peur de manquer d'argent ou de devoir payer pour des soins de longue durée, ainsi que le désir de laisser un capital aux héritiers favoriseraient ce faible décaissement, notamment chez les deux tiers des plus riches qui semblaient pouvoir gérer leur budget sans trop toucher à leur capital de retraite. Plusieurs d'entre eux souhaitaient même continuer d'accroître leurs actifs après leur vie active⁵⁹. Dans ce cas également, il reste à voir si dans l'après-COVID-19, les retraités frustrés en raison du confinement se mettront à décaisser beaucoup plus vite qu'avant la crise, dans le but de rattraper le temps perdu.

⁵⁷ Au Québec, en novembre 2018, quelque 633 000 personnes âgées recevaient le supplément de revenu garanti du gouvernement du Canada, soit 40 % des retraités.

⁵⁸ Le taux moyen de divorce au Québec était inférieur à 20 % au début des années 70, et il se maintient à près des 50 % depuis 1987.

⁵⁹ Phénomène inverse dans les pays européens nordiques où le filet social est tel que les aînés liquident leurs actifs immobiliers, dépensent et comptent sur des logements et des services publics.

Déconsommation du « bel âge » : phénomène fragmenté

Inégalités physiques

Bien qu'on doive espérer vivre sa retraite en santé et que davantage d'aînés feront de leur forme physique, leur alimentation et leur santé mentale une priorité, d'autres vivront des pertes d'autonomie graduelles liées à leurs conditions physiques ou mentales. Les troubles cognitifs affecteront les personnes de différentes façons, dont leur capacité à prendre des décisions d'achat. Ainsi, tandis que la déconsommation des personnes âgées les plus en forme se traduira par exemple par des activités intellectuelles ou de bénévolat plus nombreuses et moins de temps passé au centre commercial, les plus malades déconsommeront en raison de leur invalidité.

Inégalités monétaires

L'évolution de l'écart entre le revenu médian et le revenu moyen permet déjà d'observer une croissance des inégalités de revenus chez les personnes âgées. Le ratio revenu moyen/revenu médian des 65 ans et plus grimpe, étant passé de 1,30x en 1996, à 1,35x en 2006, à 1,39x en 2016, ce qui indique une plus forte polarisation des revenus. Si on ajoute l'impact des pensions avec ou sans bénéficiaires déterminés, des REER/FER sous ou surcapitalisés, des bons ou mauvais placements immobiliers ou boursiers et des niveaux d'endettement faibles ou élevés, la fragmentation selon la richesse sera marquante : atelier de peinture en HLM ou bien en croisière sur la méditerranée lors de vos hivers de retraités ?

Inégalités du tissu social

L'effritement du réseau social est une triste réalité pour un nombre grandissant de Québécois âgés. Le décès du conjoint, des proches et des amis et l'isolement graduel peuvent mettre fin à des habitudes de consommation qui étaient associées à la situation familiale ou au groupe (sports, loisirs, voyages, restauration, magasinage, anniversaires, visites, chalet, etc.). Privilégiées par la présence et la proximité de proches aidants ou de personnel, des personnes âgées bien entourées auront plus de facilité que les personnes isolées à poursuivre leurs dépenses de consommation.

Impact sur le style de vie

À la retraite, les styles de vie changent et les besoins de consommation aussi. Les enfants ayant quitté le foyer et les obligations professionnelles étant échues, de nombreux retraités envisagent des changements de comportement de consommation importants. Des postes de dépenses évoluent, mais d'autres prennent fin (vêtements, véhicules et déplacements pour le travail, assurance, formation ou licence professionnelles, certains sports, etc.). Progressivement technophiles, les aînés préféreront les biens et les services à la demande ou partagés (auto, chalet, robot, infirmier ou cuisinier à domicile), le « fait soi-même », surtout si ces biens et services sont conviviaux et moins chers et aident à maintenir des liens sociaux. Le marché des 65 ans et plus comptera des sous-groupes de consommateurs, avec préférences et attitudes distinctives et une fierté de leur individualité, et ce sera la même chose dans celui des déconsommateurs âgés. La déconsommation reflétera la personnalité non conformiste des boomers qui

s'approprieront la fonction hédoniste du role model ou du trendsetter de multiples mouvements de conscientisation ou d'activisme liés au choix « déconsommériste ».

Le vieillissement cérébral pourrait aussi nuire au consumérisme. Des études neurologiques pointent vers un ralentissement graduel de l'activité des cellules du cerveau associées aux décisions comparatives (faire un choix entre des prix et des fonctionnalités) et la recherche de récompenses, comme le plaisir d'acheter⁶⁰. L'acte d'acquérir et de posséder un bien est moins stimulant pour une personne de 70 ans qu'il ne l'est pour une personne de 30 ans. L'intérêt pour le matérialisme se déplaçant en faveur du relationnel, de l'expérientiel, de la sérénité et des souvenirs, il en découle une modification du style de vie. D'ailleurs, les chiffres de l'*Observatoire de la consommation responsable* indiquent que la déconsommation augmente avec l'âge, les 65 ans et plus étant particulièrement actifs dans cette pratique.

D'autres variables liées au vieillissement sont à explorer et méritent d'être approfondies :

- **Lieux et conditions de retraite et de fin de vie** : les effets sur l'économie de vouloir se déplacer vers les services, la qualité de vie ou ses petits-enfants, et ceux liés aux *snowbirds* qui sont absents plusieurs semaines ou plusieurs mois l'hiver et décaissent leurs épargnes au chaud⁶¹, loin des commerces locaux québécois. De plus, malheureusement, un état maladif inattendu ou prolongé a pour effet de raccourcir la période de consommation pendant la retraite (les dépenses deviennent exclusivement consacrées aux soins personnels).
- **Déplacement pour des raisons économiques** : faute d'épargne et de déconsommation suffisante, plus de retraités pourraient migrer vers des municipalités offrant un coût de la vie moindre et, peut-être, davantage de « partage » (habitation à frais partagés⁶², groupes sociocommunautaires favorisant la consommation collaborative).
- **Longévité** : l'espérance de vie au-delà des 85 ou 90 ans apportera-t-elle un changement comportemental de prévoyance et une « frugalité » précoce, anticipant de longues années sans revenu d'emploi ?

⁶⁰ Voir Mohr, Heekeren, « Neuroeconomics and aging: neuromodulation of economic decision making in old age », *Neuroscience & Biobehavioral Reviews*, (Janvier 2012); Price, L. L., Arnould, E. J., & Curasi, C. F., Older Consumers' Disposition of Special Possessions. *Journal of Consumer Research*, 27, 179-201. (2000); et Holbrook M.B. et Hirschmann E.C. *The experiential aspects of consumption: consumer fantasies, feelings, and fun*, *Journal of Consumer Research*, vol. 9, (1982), pp. 132-140.

⁶¹ Les dépenses nettes à l'étranger de tous les Québécois atteignaient 1,45 G\$ en 2017. Des retraités interviewés pour cet essai avant la crise du coronavirus ont affirmé dépenser 50 % de leur budget annuel en Floride (4 mois de résidence) et 50 % au Québec (8 mois), observant que le coût de la vie était moindre aux États-Unis (permettant de prolonger leurs séjours et de se « gâter ») et qu'ils étaient devenus plus économes au Québec. D'autres retraités ont affirmé préférer conserver seulement un chalet au Québec (qu'ils occupent de mai à novembre et louent le reste du temps) et voyager pour de plus longues périodes, voire cohabiter avec de la famille ou des amis au besoin. Ces observations sont anecdotiques.

⁶² Aux États-Unis, des projets résidentiels de triplex pour veuves permettent le partage d'une grande cuisine, d'une salle à manger, d'un grand jardin et d'une aire de loisir, et comprennent des espaces exclusifs pour recevoir les petits-enfants.

Pas juste des vieux...

À l'heure actuelle au Québec, le groupe de jeunes (0-25 ans) compte 677 000 personnes de plus que celui des 65 ans et plus. Avec ses 2,36 millions de jeunes consommateurs actifs ou en devenir, la génération Z marque la déconsommation plus intentionnellement que toutes les autres générations. Des sondages montrent que les *Gen-Z* sont les plus fervents à changer leur style de vie et leur consommation afin de combattre les changements climatiques, ce qui implique la volonté de payer plus pour un produit s'il est plus durable et plus équitable. Il en va de même s'il réduit la souffrance imposée aux animaux ou s'il n'a jamais été fabriqué par des enfants. En revanche, ils sont plus économes et mènent le mouvement des pratiques de consommation partagée, locative ou de biens usagés et recyclés, ainsi que celui de la mode *vintage*. Certains sont aussi en train de boycotter l'usage quotidien des cosmétiques (mouvement du *body positive*, ou aimer son corps tel quel). Véritables agents de changement, ces jeunes jouent un rôle important dans l'essor du facteur de la consommation durable.

L'emploi du temps

Avec 14 % des Québécois qui ont l'impression de manquer de temps, on parle davantage aujourd'hui de pauvreté temporelle⁶³, une notion qui côtoie la richesse des revenus. Les effets subjectifs négatifs sur la santé physique et mentale, la productivité et l'engagement interpersonnel, familial ou communautaire de l'appauvrissement en temps sont réels. Une étude publiée par Harvard Business School affirme même que le manque de temps afflige plus sévèrement le moral des personnes qu'une situation de chômage. Le manque de temps était aussi un élément fondamental de mes recherches sur le futur de l'employabilité, avec la nécessité de créer une banque de temps de formation et de libérer les personnes afin qu'elles puissent correctement acquérir des compétences et des connaissances nouvelles. Le sentiment chronique d'avoir trop de choses à faire et pas assez de temps pour les accomplir épuise les consommateurs. Dans un sondage réalisé par le *Baromètre de la consommation responsable* à l'automne 2020⁶⁴, près de trois Québécois sur quatre affirmaient vouloir prendre plus de temps avec leurs proches et pour relaxer et profiter davantage du moment présent quand la pandémie sera éradiquée. On constate que plus de travailleurs songent à, voire revendiquent une réduction volontaire du temps de travail dans l'après-COVID-19. Si leurs vœux se concrétisaient, cela aurait évidemment un impact dépassant largement celui de la déconsommation au Québec, en raison de la rareté de la main-d'œuvre.

⁶³ Voir *Les journées des Québécoises et Québécois en manque de temps*, Marie-Andrée Gravel, Données en bref, Volume 22, numéro 3, Juin 2018, ISQ; et *Beyond Material Poverty: Why Time Poverty Matters for Individuals, Organisations, and Nations*, L. Giurge, C. West et A. Whillans, Working Paper 20-051, Harvard Business School, 2019.

⁶⁴ Sondage réalisé entre le 22 septembre et le 7 octobre 2020 auprès de 1050 personnes.

La population québécoise sous pression en raison d'un manque de temps passe quotidiennement 3 h 30 de plus à accomplir des tâches professionnelles ou domestiques que ceux qui disent ne pas être sous pression. Sur une moyenne de sept jours, les gens sous pression ont trois heures de moins par jour à consacrer à leur temps libre (socialisation, sports et loisirs) que ceux qui ne le sont pas. Le taux de participation au magasinage est plus faible chez les premiers, mais le temps moyen quotidien alloué à cette activité est le même entre les deux groupes. Cela laisse croire que les gens qui ont plus de temps ne le consacrent pas au magasinage, et que ceux qui désirent être moins sous pression et accroître leur temps libre et de sommeil pourraient chercher à gagner du temps en coupant dans le temps alloué à la consommation ou en réduisant le temps associé aux achats une fois qu'ils ont du temps libre. Un consommateur moins pressé aura le temps de questionner ses habitudes d'achat, voire de laisser tomber les achats inutiles ou compulsifs et de retarder un achat simplement pour en valider la nécessité.

Avec 14 % des Québécois qui ont l'impression de manquer de temps, on parle davantage aujourd'hui de pauvreté temporelle. Le sentiment chronique d'avoir trop de choses à faire et pas assez de temps pour tout faire fatigue les consommateurs. Ceux qui désirent être moins sous-pression à l'avenir et accroître leur temps libre pourraient chercher à gagner du temps en coupant dans le temps alloué à la consommation ou à réduire le temps associé aux achats.

Notons qu'une projection publiée par la Banque du Canada en 2020 posait comme hypothèse que 5 % des travailleurs canadiens seraient en situation d'emploi à temps réduit, défini comme une réduction du temps travaillé de 50 % ou plus, ou en absence prolongée en raison de la COVID-19, une situation qui pourrait s'étirer pendant plusieurs mois en 2021-2022. La réduction involontaire du temps de travail, et implicitement celle liée au transport, influence l'emploi du temps de milliers de travailleurs sous-utilisés.

Cette notion de pauvreté temporelle a son antithèse, soit celle de l'enrichissement temporel, à savoir une libération et une accumulation de temps qui donne un sentiment de satisfaction lié à un nouvel emploi du temps. Comme suggéré plus haut, libérer son horaire et accumuler des gains de temps peut se faire sur le dos de la consommation traditionnelle. Comme d'anciens propriétaires de voiliers, de motos, de condos ou de camps de pêche le savent, cesser d'être la « propriété de ses propriétés » offre des avantages temporels importants. Avoir l'équitation ou le jogging comme sport favori ne gruge pas la même quantité de temps. En opposition au désir d'être un propriétaire individuel unique qui animait nos grands-parents, la location et le partage de biens ont la cote chez les jeunes consommateurs comme chez les utilisateurs vieillissants, stimulant la déconsommation. Dans cette quête d'enrichissement temporel, une réduction de la consommation et une majoration de la consommation de biens et de services qui prennent moins de temps à acheter, à utiliser, à entretenir, à remiser, à réparer ou à

assurer, et qui procurent plus de satisfaction en moins de temps, seront favorisées. De même, il est possible que les horaires revus se concentrent davantage sur l'accroissement du temps passé en famille, entre amis, à faire du bénévolat, à agir comme proche aidant ou à profiter de la nature, et se traduisent par moins de temps au centre d'achat, à l'épicerie, sur Amazon, sur la route, au restaurant ou à des congrès avec des clients ou seul dans son jardin, devant sa télé, sa tablette ou sa machine à coudre (sous-traiter davantage pour gagner du temps). En somme, la consommation des services ne sera pas à l'abri de la révision de l'emploi du temps.

On peut encore spéculer si l'après-COVID-19 imposera des normes sanitaires qui créeront des pertes de temps, par exemple dans les aéroports, les gares, les théâtres et les cabinets de dentiste, ou est secoué par d'autres variants ou virus ou des revaccinations contraignantes qui compliqueront la planification d'activités ou d'achats à long terme. Si c'était le cas, le « déconsommateur » laisserait tomber les dépenses à risque de perte de temps, d'annulation ou de non-remboursement et celles qui demandent des réservations longtemps d'avance.

Enfin, le facteur démographique influencera également les comportements liés au temps. Davantage d'aînés signifie plus de consommateurs disposant de plus de temps libre. Ce faisant, ils pourraient hypothétiquement avoir plus de disponibilité pour comparer les prix et les caractéristiques des produits et des services, pour réduire les achats irrationnels et inutiles, pour trier et se débarrasser d'un surplus d'objets et pour manifester contre une marque de commerce ou un produit. La cohorte vieillissante pourrait favoriser le temps « relationnel » (accumulation de relations personnelles et de moments interpersonnels) au détriment du temps « matériel » (accumulation de biens et de moments centrés sur un bien individuel). Du côté des gens de la génération Z, qui confondent déjà le « moi virtuel et social en ligne » et le « moi réel et social en personne » en passant parfois plus de temps sur les réseaux sociaux qu'avec leurs amis en personne, ils ont déjà une autre conception de l'utilisation du temps. Il reste à voir s'ils seront tout aussi économes de leur temps que de leur budget dans les activités liées à la consommation.

Le post-consumérisme

Dans *Theory of the Leisure Class*, Thorstein Veblen affirmait que « *la consommation élevée de biens de valeur est l'expression de la réputation du gentilhomme* ». C'était en 1899. Dans les années 70, des futurologues comme Herman Kahn ou Alvin Toffler prédisaient le succès de la société de consommation et des gains technologiques énormes permettant l'essor de la production de masse, de la personnalisation, du *do-it-yourself* et du PIB. L'accumulation illimitée du capital et de biens comme l'expression ultime de la réalisation et de l'affirmation de la personne plaisait bien, tant aux publicistes qu'aux producteurs de biens. Quoiqu'en dit la publicité, les deux autos, les trois ordinateurs, les deux téléviseurs et les deux réfrigérateurs par maison (et deux maisons par famille dans certains cas) ne sont ni des nécessités ni des indicateurs de bonheur. En contrepartie, la location et la copropriété, ou la consommation collaborative des biens (auto, motoneige, chalet, condo « dans le Sud », œuvres d'art, équipements de sport, et même d'un animal de compagnie) s'accéléraient, facilitées par les nouvelles technologies numériques.

En parallèle, la déconsommation découlant d'une insatisfaction liée à un produit, une marque, une entreprise et même un pays jugé « irresponsable » devient une forme d'affirmation (rébellion et boycottage). Centrer les achats sur des produits essentiels et sains, et laisser tomber ou réduire ceux jugés inutiles et nocifs fournit une satisfaction aux déconsommateurs qui en retirent des bénéfices réels ou induits. Selon le *Baromètre de la consommation responsable 2018*, 71,3 % des répondants sont en accord avec l'importance de diminuer les achats inutiles, et 70,2 % avec le fait de ne pas remplacer des objets qui fonctionnent encore. La conscientisation environnementale mentionnée précédemment se situe elle-même dans un autre mouvement : le post-consumérisme.

Psychologues et sociologues ont analysé depuis longtemps la faible corrélation entre consommation et bonheur. Une fois passé un certain minimum de revenus et d'accumulation de biens, une multitude de rapports et d'indices confirment aujourd'hui une disparité entre la richesse matérielle et le bien-être, des revenus additionnels n'apportant pas plus de satisfaction. On observe en Occident la montée d'une réflexion de fond sur le bien-être matériel, qui n'est plus le fief des Franciscains, des yogis ou des altermondialistes. Le consumérisme rampant et la « boulimie matérielle » quasi quotidienne sont dénoncés. Le mouvement de la simplicité volontaire, qui favorise la frugalité et l'investissement sur le bien-être (santé, spiritualité, méditation, équilibre de vie, jardinage, arts, tourisme simple) et le plus long terme (éducation, enfants, amis, communauté, et activités, expériences et souvenirs pérennes), poursuit son évolution et a gagné en vélocité pendant la crise de la COVID-19. On observe aussi une mouvance d'anti-consommation, de « décroissancisme » et de refus de gaspiller (soutenu par des publicités gouvernementales), qui se traduit notamment par des *Buy Nothing Day* et *No*

*Shop Day*⁶⁵ saisonniers, le premier étant le plus agressif en matière de déconsommation. De plus, les personnes qui donnent des objets ou des aliments à un réseau de partage affirment le faire aussi parce que l'échange crée une satisfaction personnelle, parfois même un nouveau lien communautaire.

La popularité des indicateurs du bonheur immatériel, qui supplémentent les mathématiques macroéconomiques traditionnelles, est grandissante. Ayant participé à la création du *Prosperity Index*⁶⁶ en 2007, mon intérêt visait l'appréciation et le suivi de facteurs sociaux, économiques et environnementaux qui dépassent le simple calcul du PIB ou du pouvoir d'achat dans l'analyse de la prospérité. Nous avons inclus dans l'index des indicateurs tels que le capital et la cohésion sociale, les libertés individuelles et l'environnement naturel. Afin de mieux suivre et quantifier la qualité de vie et les progrès sociaux, l'OCDE a lancé, en 2011, l'initiative *Vivre mieux*, un indice qui inclut entre autres l'engagement civique, les liens sociaux et l'équilibre vie-travail. La commission dirigée en France par Joseph Stiglitz, prix Nobel d'économie en 2001, et l'indice du bonheur national brut promu par le minuscule Bhoutan sont autant d'indicateurs alternatifs qui se situent dans la lancée du post-consumérisme.

L'idéologie de la consommation de masse avait aussi comme prémisses la diminution des barrières sociales, supposant : *que tous les individus pourront avoir la chance de se procurer, tôt ou tard, les biens qui sont, à un moment donné, l'exclusivité des couches favorisées. Cette accession à un niveau de consommation plus élevé pourra se faire soit par la mobilité individuelle ascendante, soit par l'amélioration générale du niveau de vie qui rendra les biens de consommation disponibles éventuellement à l'ensemble de la population. [...] Ces différences sont obscurcies aussi, au niveau de la conscience collective, par la croyance dans l'« universalité » des bienfaits de l'abondance : l'idéologie de la consommation de masse définit, en effet, que tous les membres, de la société finissent par en profiter, à condition d'y mettre les efforts nécessaires*⁶⁷. Cette hypothèse, contestée au Québec dès les années 70, s'est progressivement effacée sous une triple réalité : la persistance des classes sociales définies par le revenu disponible, le prix inabordable de plusieurs biens (incluant l'immobilier, le luxe, l'art, le tourisme de « prestige », et même certaines thérapies nouvelles) réservés aux « 1 % », et la primauté de la lutte à la pollution et aux changements climatiques et, on l'espère, de la sécurité sanitaire. Tout comme la crise de la COVID-19 le fait, la *Grande Récession* de 2008-2009 avait relancé des débats autour du capitalisme et du rôle tenu par la consommation

⁶⁵ L'événement avait lieu autour de la *Thanksgiving* américaine, pour élever les consciences et expérimenter avec la déconsommation; il se généralise dans des activités et à des dates plus fréquentes promues par des groupes d'actions locaux.

⁶⁶ Le Canada se classe au 14^e rang mondial en 2020, et 11^e en 2010.

⁶⁷ *Le Québec : de l'illusion de l'abondance à la réalité de l'endettement*, J.-P. Bélanger et N. Brouillet, La Fédération des ACEF du Québec (Associations des coopératives d'économie familiale), 1974. On y note la montée de l'environnementalisme qui s'attaque aux échecs du modèle productiviste consumériste et suggère l'arrivée de la consommation durable et du post-consumérisme au Québec.

(surtout la consommation à crédit) dans les modèles de croissance économique. L'accélération récente des écarts entre les riches et les pauvres, qu'elle soit fondée et permanente ou non, et la montée des ploutocrates a fait de cette prémisse de « l'abondance matérielle satisfaisante et universelle » un mythe déchu ou trompeur. Peut-être à cause de l'internet et des médias sociaux, un constat d'inutilité, d'inaccessibilité et de nuisance matérielle ou sociale soutient aujourd'hui en partie l'attrait du post-consumérisme. Pour plusieurs déconsommateurs, les privations vécues lors du confinement « covidien » se sont avérées désintoxicantes. Ce débat idéologique reste ouvert, faute d'alternatives très probantes et tranchantes, ou de révoltes des anti-consommateurs.

Les préférences affectives, comparatives, personnelles ou situationnelles sont au cœur du post-consumérisme. On passe ici du marketing centré sur les valeurs du produit à celui ciblant les valeurs du client qui souhaite moins consommer (en quantité, en fréquence, en coût, en conséquences). Les entreprises auront avantage à valider la pertinence de leur offre dans ce contexte hédoniste (p. ex. la satisfaction du *do-it-yourself*, d'une propriété partagée, d'une cocréation et sa durée), et à mettre l'accent sur l'aspect relationnel afin de nourrir la fidélité du client (transactions répétées, référencement, mise en évidence des bénéfiques) et d'éviter le rejet volontaire ou involontaire de l'offre entraînant une déconsommation.

Le détachement matériel exprimé par la déconsommation est-il le signe d'une culture du contentement ou de la satisfaction, forme de conscience supérieure ? Chose certaine, la déconsommation se positionne comme une nouvelle forme d'identité personnelle, notamment chez les jeunes qui se distinguent ainsi de leurs parents et de leurs pairs devenus la « propriété de leurs propriétés » ou les esclaves du crédit. Kenneth Galbraith et Charles Reich ont mentionné la possibilité de « *redécouvrir la connaissance de soi et de réapprendre à être le premier artisan de la satisfaction de ses besoins, bref de sortir du cercle actuel où les firmes décident de ce qu'elles veulent produire; elles qui persuadent ensuite les gens que c'est ce qu'ils désirent et fabriquent ainsi leur propre marché.* »⁶⁸ On y est peut-être.

⁶⁸ Extraits d'une conférence de Galbraith, prononcée à Genève, en 1969. Propos cités dans *La crise des sociétés industrielles*, et redéveloppés en 1971 par Charles Reich dans *Le Regain américain* (Robert Laffont), dans lequel il examine des formes évolutives de conscience dans la société de consommation américaine et anticipe l'anti-consumérisme.

SECTION 3 – IMPACTS MACROÉCONOMIQUES

Malgré bien des efforts, les moyens techniques et le savoir-faire m'ont manqué pour réunir les huit sources de déconsommation décrites plus haut au sein d'un modèle macroéconomique unique simulant la déconsommation. Principalement, l'absence de données historiques standardisées pour chacun des huit thèmes et d'une formule mathématique permettant d'intégrer et de projeter tous les facteurs et de « glisser » les données à des rythmes différents dans le temps – ce qui était mon souhait initial – rend la chose infaisable. J'ai donc utilisé le modèle macrométrique du Conference Board du Canada, qui permet de faire des projections du PIB à long terme et d'étudier l'évolution de ses composantes, et de tester des hypothèses comme des chocs économiques précis. Au lieu de perpétuer une croissance moyenne annuelle de la consommation de $\pm 3,5$ % au Québec, la simulation centrale a consisté à tester, par effet de choc, le scénario de base ou de contrôle du modèle national du Conference Board en lui imposant une réduction des dépenses de consommation des ménages canadiens de 5 % en 2025 et de 10 % en 2030⁶⁹. Le Conference Board a programmé ces chutes de consommation sur le scénario hypothétique de contrôle qu'affiche sa modélisation de l'économie canadienne pour chacune de ces deux années, ce qui m'a aidé à simuler des impacts et à comparer les écarts.

La simulation centrale a consisté à tester, par effet de choc, le scénario de base du modèle national du Conference Board du Canada en lui imposant une réduction des dépenses de consommation des ménages de 5 % en 2025 et de 10 % en 2030.

Pour l'expression des impacts au niveau provincial et sectoriel, j'ai simplement appliqué le pourcentage de recul aux composantes du PIB québécois ou au ratio de part du PIB québécois dans les chiffres canadiens. Cette approche est imparfaite, car le modèle national du Conference Board retenu ne reflète pas exactement la composition du PIB du Québec, et il aurait fallu davantage de temps pour mettre à jour un modèle provincial ajusté qui tient compte des dernières révisions statistiques et des dernières connaissances en analyse de « sensibilité » quantitative régionale. Malgré tout, cette méthode produit des chiffres qui se rapprochent d'autres calculs basés sur les données de l'Institut de la statistique du Québec ou de Statistique Canada.

⁶⁹ Nous avons aussi simulé une baisse de 15 %, mais celle-ci me paraît trop rapide sur un horizon de 10 ans.

Le choc de déconsommation de -5 % en 2025 montre un recul des dépenses de consommation des ménages de 16,8 G\$ au Québec, soit des chutes de dépenses de 8 G\$ (dollar nominal) en biens, et de 8,8 G\$ en services ⁷⁰. Le PIB québécois reculerait de 2,2 % par rapport à la prévision de contrôle du modèle en 2025. Pour 2030 et un choc de déconsommation de -10 %, on trouve des baisses de dépenses des ménages de 38,3 G\$, soit des chutes en biens et en services représentant respectivement 17,7 G\$ et 20,6 G\$ (toujours en dollar nominal). Le PIB québécois reculerait de 4,5 % par rapport à la croissance prévue dans le modèle en 2030.

Illustration 6

Baisse des ventes de biens et service selon le scénario de chute de consommation des ménages

Scénario de chute de la consommation des ménages		
<small>(% et valeur totale en dollar nominal)</small>		
	-5 % en 2025	-10 % en 2030
Biens	- 5,8 % (- 8 G\$)	-11,4 % (-17,7 G\$)
Durables	-6,8 % (-2,7 G\$)	13,4 % (-5,8 G\$)
Semi-durables	-5,9 % (-1,26 G\$)	-11,5 % (-2,7 G\$)
Non durables	-5,2 % (-4 G\$)	-10,4 % (-9,2 G\$)
Services	-5,3 % (-8,8 G\$)	-10,7 % (- 20,6 G\$)

Baisse du PIB

Scénario de chute de la consommation des ménages		
<small>(% en dollar nominal)</small>		
	-5 % en 2025	-10 % en 2030
PIB	-2,2 % (-11,4 G\$)	-4,5 % (-27 G\$)

Baisse de la demande interne au Québec

Scénario de chute de la consommation des ménages		
<small>(% en dollar de 2019)</small>		
	-5 % en 2025	-10 % en 2030
Demande interne	-3,5 % (-18 G\$)	-7,2 % (-41 G\$)

⁷⁰ Recul de 5,8 % des dépenses en biens et de 5,3 % en services en 2025, de 11,4 % et de 10,7 % en 2030 (dollar nominal).

La simulation mentionnée ci-dessus au niveau canadien indique un repli de la demande interne finale de 3,5 % en 2025 et de 7,2 % en 2030. Ces chiffres sont plus significatifs que les baisses de PIB ci-dessus, car la plupart des entreprises se concentrent à servir les besoins de l'économie locale ou nationale plutôt que d'exporter. L'équivalence de cette baisse de la demande pour le marché interne québécois est estimée à 18 G\$ en 2025 et à 41 G\$ en 2030 (en dollars de 2019). Puisque la demande domestique finale comprend les dépenses et les investissements des entreprises, même si une entreprise ne vend pas de biens et de services aux particuliers, elle doit prévoir subir les effets de la déconsommation personnelle.

SECTION 4 – IMPACTS SUR LE SECTEUR PRIVÉ ET LES FINANCES PUBLIQUES

Secteur privé

La foi des entreprises dans le modèle de la croissance perpétuelle des ventes et des parts de marché est remise en question par la déconsommation. Si une période de déconsommation réelle, sans déplacement de la demande, avait tendance à réduire les dépenses des consommateurs, même modestement (p. ex. -0,5 %/an), plusieurs dirigeants d'entreprises seraient confrontés à une diminution de marché. Ainsi, sans pouvoir majorer leurs prix ou tirer profit de la demande des pays émergents ou de nouveaux acheteurs étrangers, les entreprises québécoises devraient revoir leurs investissements, faute de trop produire. Ce serait évidemment pire pour les PME qui desservent uniquement des marchés locaux. S'ensuivrait peut-être une vague de rationalisation (recherche de productivité accrue), de consolidation (contrôler davantage l'offre en matière de prix, de diversité et de distribution), de difficultés accentuées pour les sociétés en quête de succession, et de prises de profit – les ratios de croissance n'étant plus les mêmes, les valeurs des actifs liés à la production ou à la distribution de certains biens et services devraient se corriger, tout comme la cote de crédit et le prix des actions d'entreprises qui auraient mal planifié les effets des propulseurs de la déconsommation.

Quels secteurs seraient les plus affectés ?

La simulation de déconsommation indique que les secteurs de l'agriculture et des ressources naturelles souffriraient peu, que l'effet serait modeste sur le secteur manufacturier, et que ceux du commerce (gros et détail), des services immobiliers (immobilier commercial et entreposage par exemple), de la construction, de l'énergie, du transport, des services d'information et de la culture et des services professionnels et des services en général seraient plus affectés. En valeur monétaire absolue, les plus fortes pertes seraient celles subies par le secteur des services immobiliers.

Illustration 7

TABLEAU DES EFFETS DE LA DÉCONSUMMATION SUR LE PIB SECTORIEL

Perte de PIB (valeur ajoutée au Québec)

	Scénario de chute de la consommation des ménages	
	(% et valeur totale en dollar de 2019)	
	-5 % en 2025	-10 % en 2030
Agriculture, pêche et forêt	-0,3 % (-27 M\$)	-0,5 % (-49 M\$)
Minier	-0,3 % (-32 M\$)	-0,8 % (-93 M\$)
Production et distribution d'électricité	-2,3 % (-327 M\$)	-4,7 % (-721 M\$)
Construction	-2,0 % (-569 M\$)	-5,1 % (-1 556 M\$)
Manufacturier	-0,9 % (-572 M\$)	-2,0 % (-1372 M\$)
Commerce de gros et de détail	-3,8 % (-1809 M\$)	-7,8 % (-4055 M\$)
Transport et entreposage	-2,2 % (-405 M\$)	-4,5 % (-887 M\$)
Industrie de l'information et industrie culturelle	-3,9 % (-530 M\$)	-8,5 % (-1195 M\$)
Services immobiliers et services de location et de location à bail	-4,9 % (-2477 M\$)	-9,7 % (-5570 M\$)
Services professionnels, scientifiques et techniques	-2,2 % (-664 M\$)	-5 % (-1663 M\$)
Autres services (sauf les administrations publiques)⁷¹	-3,4 % (-1 235 M\$)	-7,0 % (-2 864 M\$)

On peut donc prévoir qu'une diminution du nombre d'acheteurs, des quantités achetées et de la récurrence des achats de biens durables et non durables (redéfinition de la durabilité et de la nécessité des besoins) aurait des conséquences stratégiques sur la rentabilité des entreprises, la répartition géographique et la superficie physique des points de vente et d'entreposage (hausse du commerce en ligne) et l'intensité concurrentielle (hausse ou baisse de la concurrence selon l'industrie et sa dépendance à la consommation des ménages).

Pour ce qui est des ventes au détail, avec la même simulation, on obtient une chute de 5,4 % en 2025, soit une diminution de 8 G\$ abaissant le chiffre d'affaires de 151 G\$ à 143 G\$ (en dollar nominal). Pour 2030, la chute s'établit à 10,5 %, soit une baisse de 19 G\$ du chiffre d'affaires, qui passerait de 174 G\$ à 155 G\$.

⁷¹ Incluant les secteurs suivants, définis par l'ISQ : gestion de sociétés et d'entreprises; services administratifs, services de soutien, services de gestion des déchets et services d'assainissement; arts, spectacles et loisirs; services d'hébergement et de restauration; et autres services (sauf les administrations publiques).

Ainsi, l'ère de la consommation plus frugale exigerait des réponses stratégiques adaptées de la part du secteur privé :

- L'innovation, qui permet la production de biens et de services moins chers et plus fiables et durables, même malgré des coûts d'intrants plus élevés;
- Le développement de produits et de services nouveaux axés sur l'immatériel, le bien-être et des atouts verts/durables/sociétaux;
- Un marketing réinventé ciblant :
 - des clients qui achètent moins souvent, qu'on ne veut donc pas rater (mot-clé : *timing*);
 - des clients qui achètent de façon plus rationnelle, donc qui s'informent des valeurs sociales, environnementales et économiques de l'entreprise (mots-clés : bénéfiques, éthique et transparence, et davantage de marques privées chez les détaillants affichant ces attributs);
 - des clients qui développent de l'empathie pour des marques qui représentent mieux « leurs » causes et moins la consommation démesurée (mots-clés : valeurs personnelles du client, vente relationnelle, déconsommation active et réputation sociale).

10 ACTIONS POUR FAIRE FACE À LA DÉCONSUMMATION

Des stratégies d'entreprise pourraient atténuer les effets de la déconsommation. En voici dix :

- 1. Une écoute et un suivi du consommateur encore plus intenses et pointus**, facilités par les mégadonnées, l'internet des objets connectés, la traçabilité et les médias sociaux, et qui permettent de détecter ou d'anticiper des épisodes de déconsommation;
- 2. Un accent sur l'après-vente** afin de renforcer les attributs d'utilité, de durabilité et de confiance, de hausser les revenus de maintenance ou de mise à jour de clients qui utilisent plus longtemps un produit (et ne pas laisser leurs besoins à d'autres), et de se prémunir du rejet de l'offre lors du prochain achat qui arrivera peut-être moins rapidement;
- 3. Une fabrication et une distribution plus sobres en ressources, en volume et en déchets et efficacement branchées sur l'économie circulaire** (p. ex. faciliter la traçabilité et la récupération), le tout communiqué publiquement, sans parade ni demi-vérité;
- 4. Une diversification de l'offre ou des marchés** alliant, s'il le faut, un désinvestissement graduel et une expérimentation continue pour anticiper le déplacement de la demande (« *mon client déconsomme ici, consomme mieux là, mais demeure mon client*»), ainsi que le vieillissement des clients et la montée de la génération Z;
- 5. La création de marchés secondaires** où les échanges de biens usagés sont facilités et profitent aux fabricants d'origine et/ou aux détaillants qui ont fait les ventes initiales;
- 6. Une facilitation de la vie du client en diminuant le temps** nécessaire à vivre une expérience, à acheter ou à louer un produit ou un service, à s'en servir, à le ranger ou à l'entretenir (voir à quantifier et à afficher ces gains de temps);
- 7. Des politiques de rabais ou de financement adaptées** aux conditions des clients en situation de déconsommation involontaire;
- 8. Des protections contre la hausse du coût des intrants ou l'inflation**, afin de minimiser la fluctuation des prix (elle-même source additionnelle de déconsommation ponctuelle ou permanente);
- 9. Une accélération des ventes et des investissements internationaux**, afin de suivre l'émergence (en nombre) des nouvelles classes moyennes dans d'autres zones géographiques;
- 10. Une hausse des prix bien calculée, lorsque possible**, pour mitiger les pertes en volumes à venir ou anticiper la fin d'une demande ou des besoins de clients captifs.

Comme mentionné dans les pages précédentes, la déconsommation est aussi une conséquence de phénomènes bien connus : la perte de budget, d'intérêt, de goût, de confiance ou d'affinité avec une marque. Comprendre les non-acheteurs et les anciens acheteurs a toujours été essentiel au succès des ventes, mais cela prend une tout autre envergure sous l'angle de la déconsommation. Les études marketing devront davantage étudier les déconsommateurs, financer et organiser des efforts de recherche plus large et concevoir des plans et des techniques de communication adaptés à ceux-ci. L'industrie traditionnelle de la publicité et du marketing, orientée à inventer des besoins nouveaux que le consommateur ignorait et à favoriser l'achat compulsif, doit se réinventer dans le contexte de la déconsommation. Saisir l'absence de consommation et la prévenir en étudiant davantage les motivations et les comportements d'un plus grand nombre de personnes âgées, de jeunes écologistes et de personnes aux finances personnelles précaires ou en emplois vulnérables ne seront pas des activités faciles pour toutes les entreprises, surtout lorsque la déconsommation est lente ou cachée.

Bien détecter et distinguer les signaux de déconsommation permettra d'en limiter l'ampleur ou la durée et, peut-être, de planifier le retour du consommateur.

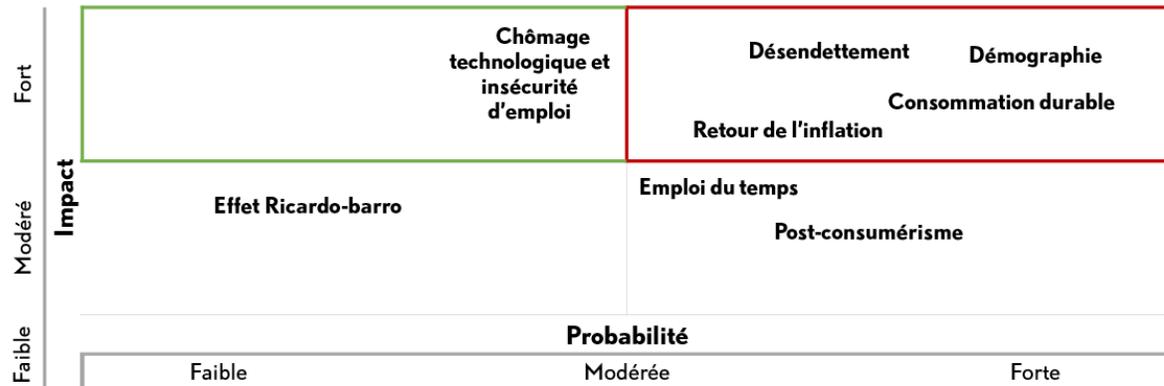
Il demeure que la « re-consommation », ou le retour vers un produit suivant une révision d'opinion (p. ex. laisser tomber les couches en coton ou les tampons en latex) ou l'obtention de nouvelles données (p. ex. l'impact environnemental du « acheter local »), est possible dans certains cas. La déconsommation peut être temporaire. Elle peut se faire dans l'attente d'informations manquantes ou à corroborer, lors d'un test de nécessité du besoin (retarder un achat et voir si le besoin subsiste), ou pendant une courte période de révision de ses finances personnelles. Bien détecter et distinguer les signaux de déconsommation permettra d'en limiter l'ampleur ou la durée et, peut-être, de planifier le retour du consommateur.

Enfin, la technique des scénarios me semble utile ici afin de simuler la progression futur des huit facteurs qui pèsent sur la déconsommation dans un marché particulier. Ainsi, un stratège pourrait rédiger des scénarios en alignant les facteurs sous diverses combinaisons selon son niveau de confiance en leur réalisation et leurs effets. Par exemple, une trame narrative d'avenir pourrait intégrer la formulation de ces scénarios :

Illustration 8

Cadre d'analyse des scénarios

Exemple illustratif



Dans cette configuration, un scénario mettrait l'accent sur la consommation durable et la démographie, puis sur l'inflation et le désendettement comme facteurs clés accélérant la conjecture et l'impact de la déconsommation. On y inclurait l'hypothèse que la situation d'emploi demeurerait la même et que les autres variables seraient absentes ou non significatives. Alors, comment réagir ? Qui profiterait ou souffrirait dans ce scénario ? Comment se positionner ?

Il faut rédiger au moins quatre scénarios de déconsommation et prendre le temps d'étudier les impacts primaires et secondaires de chacun pour envisager des stratégies visant à réduire ou à retarder les risques à venir, ou encore à maximiser ou accélérer les opportunités de demain⁷².

⁷² Lecture suggérée : <https://www.lesaffaires.com/blogues/eric-noel/previsions-et-planification-par-scenarios/612447>

Secteur public

Puisque le trésor public repose sur la fiscalité, dont la taxation (TPS, TVP, taxes d'accises, taxes sur le carburant et l'alcool, tarifs douaniers, etc.), les finances publiques connaîtraient une décroissance et devraient s'adapter en période de déconsommation. Bien qu'il ne soit pas facile de quantifier les effets positifs de cette dernière sur la santé publique, l'environnement, le bien-être des citoyens et les dépenses publiques, nous savons qu'il y en aurait.

Selon Statistique Canada, la totalité des taxes de vente au pays s'élevait à 274 G\$ en 2019 (en excluant les taxes d'accises), soit approximativement 15 % des revenus du gouvernement fédéral et des provinces. À elles seules, les taxes de ventes et droits d'accises fédéraux devraient atteindre 57 G\$ en 2021-2022, ce qui représenterait 19 % des revenus fiscaux d'Ottawa. Au Québec, les taxes à la consommation de toutes sortes représentaient 22,1 G\$ en 2019-2020, soit 24 % des revenus autonomes du gouvernement.

Il est difficile de simuler avec certitude l'effet d'une chute de la consommation sur les revenus des gouvernements, mais notons que les taxes de vente au pays ont chuté de 12 G\$ (18 %) passant de 68,7 G\$ au 2^e trimestre de 2019 à 56,2 G\$ au 2^e trimestre de 2020. À titre de rappel, la baisse des dépenses des ménages s'est établie à 14,8 % (incluant la consommation de produits et services non taxables). Selon le ministère des Finances, une variation de 1 % du PIB modifierait les revenus de la TVQ seulement de +/-150 M\$. Toutefois, pendant la crise de 2020, la consommation des ménages, en excluant les dépenses alimentaires et en logement, a reculé de 8,6%, et le PIB québécois a reculé de 5,2% forçant le Gouvernement du Québec à revoir à la baisse ses revenus de taxes à la consommation de 2,6 G\$ (malgré la hausse observée en construction résidentielle).

En étudiant les mêmes chocs de consommation décrits à la Section 3, soit une chute de la consommation de 5 % en 2025 et de 10 % en 2030, les baisses des revenus autonomes projetés pour le gouvernement du Québec seraient de 2 G\$ en 2025 et de 4,5 G\$ en 2030 (en dollars de 2019)⁷³. Il s'agit de baisses théoriques par rapport à ce que devraient être les revenus de l'État sans choc à la consommation des ménages pour chacune des deux années selon le modèle macroéconomique utilisé⁷⁴. On peut aussi utiliser une autre approche, basée sur l'hypothèse du ministère des Finances du Québec stipulant qu'une baisse de 1 % du PIB nominal réduit ses revenus autonomes de 750 M\$. Ainsi, en utilisant

⁷³Il faut être prudent avec ces chiffres, car une simulation dans un modèle où les secteurs économiques réagissent plus intensément indique des pertes de revenus gouvernementaux de 3,7 G\$ en 2025 et de 7,6 G\$ en 2030.

⁷⁴ La projection utilise le taux de croissance des revenus de toutes les provinces entre 2019 et 2025 ou 2030 comme référence, et non celui du Québec.

cette formule, la simulation de baisse de 5 % et 10 % de la consommation en 2025 et 2030 abaisserait respectivement les revenus de l'État de 1,65 G\$ et de 3,4 G\$ (en dollars de 2019).

Malheureusement pour l'État, le manque à gagner causé par un phénomène de déconsommation pourrait coïncider avec une période de hausse des coûts sociaux liés à la santé et au vieillissement de la population, des dépenses publiques en infrastructures, en formation, en sécurité publique et en adaptation aux changements climatiques et numériques, et peut-être aussi du coût de la dette. Ces hausses surviendraient à un bien mauvais moment si la productivité n'est pas au rendez-vous. Les implications fiscales de la déconsommation mériteraient un examen approfondi par les fonctionnaires et des propositions d'ajustement devraient être présentées. Par exemple, pour compenser sa baisse de revenus, l'État devrait peut-être hausser la taxe de vente (ce qui pourrait accentuer la déconsommation) et favoriser un déplacement de l'assiette fiscale vers :

- des taxes sur les produits polluants ou non recyclables;
- de nouveaux écofrais;
- une taxe sur la fortune ou les successions;
- une taxe sur les transactions financières (immobilières et mobilières);
- une hausse des impôts (notamment sur le gain en capital);
- une hausse des tarifs gouvernementaux;
- une taxe sur certaines exportations;
- une hausse des taxes à l'importation.

Les huit facteurs qui pourraient propulser la déconsommation sont presque tous eux-mêmes liés à des choix de politique publique :

- Comment balancer endettement et épargne ?
- Comment éviter la stagflation ou gérer l'inflation ?
- Comment et quand communiquer d'éventuelles hausses de taxes ?
- Comment réglementer la fabrication et la vente de produits « verts » et répondre à la demande accrue pour la récupération et le recyclage ?
- Comment aider les travailleurs menacés par le chômage technologique ou non-technologique ?
- Comment se prémunir des effets négatifs du vieillissement des ménages ?
- Comment augmenter la productivité pour mieux répondre aux demandes de changement d'emploi du temps ?
- Comment et quand profiter de l'augmentation de l'épargne personnelle pour transférer certaines charges et responsabilités aux individus ?

Les réponses à ces enjeux pourraient évidemment équilibrer les effets économiques et neutraliser la déconsommation. Si ce n'était pas le cas et que la déconsommation progresse en parallèle d'autres événements (crises sanitaires, écologiques, démographiques, commerciales ou cybernétiques), elle accentuera le débat sur le rôle et les moyens de l'État : comment tolérer la déconsommation sans stimuler la décroissance ? Si les revenus plafonnent, comment réorganiser les services sociaux sans nuire au bien-être collectif ? Ces sujets risquent de créer des divergences d'opinions et de nécessiter des choix difficiles pour maintenir la solvabilité du modèle socio-économique québécois, la cohésion sociale, l'unité fédérale-provinciale et l'avenir économique des générations à venir.

Enfin, rappelons que la génération Z et ses aspirations mentionnées précédemment vont faire progresser les revendications « vertes » et éthiques en consommation, à tous les paliers de gouvernement. Les politiciens seront contraints par la génération Z à modifier des lois, des normes et des taxes liées aux comportements des entreprises, des administrations publiques et des consommateurs, des traités commerciaux et des priorités de politiques budgétaires et industrielles, ou de placements des caisses de retraite. Cette jeune génération pourrait porter le thème de la déconsommation dans l'arène de la gouvernance, et s'y faire accompagner par des *boomers* retraités en quête de nouvelles causes morales.

CONCLUSION

Dans le rapport *Où va l'argent* publié par CGA Canada en 2009, l'association de comptables en gestion exprimait une crainte partagée par de nombreux économistes à la sortie de la récession de 2008-2009 : « *avec des perspectives de revenus et d'avoirs en déclin, il est peut-être simplement irresponsable de continuer à consommer au rythme que nous tenions lors de temps plus heureux en termes de salaire et de richesse* ». Cela ne s'est pas concrétisé et la consommation finale par ménage a augmenté de 25 % entre 2009 et 2018. Avec l'épargne de précaution et la demande retardée en raison de la COVID-19, et en raison du crédit à faible taux, on pourrait croire que l'histoire se répétera et que des milliards de dollars seront dépensés en surconsommation.

L'acte de déconsommation, soutenu par la croyance que la sobriété matérielle, la privation, la substitution ou le partage permet à l'homme d'atteindre un plus grand bonheur et de vivre dans un environnement meilleur à plus long terme, façonnera les générations de déconsommateurs. La crise sanitaire nous a offert un avant-goût de la déconsommation et a pénétré la conscience collective québécoise.

Peut-être pas. Car malgré l'évolution économique et matérielle québécoise des dernières décennies, plusieurs problèmes concrets de consommation/déconsommation continueront à exister et prendront une ampleur nouvelle. Des rapports publiés il y a plusieurs décennies soulevaient déjà à leur façon le spectre de la déconsommation, dont *The Limits of Growth* (Club de Rome, 1972) et *The Brundtland Report* (1983). La déconsommation, qui sous-entend une diminution forcée (contraintes financières) ou volontaire (choix sociétaux) de la consommation de biens en volume et en valeur sur une longue période, semble davantage trouver sa raison d'être en ce début de XXI^e siècle marqué notamment par la crise du coronavirus, l'affaiblissement des finances personnelles et publiques et la montée d'une génération pro-environnementale. Comme énoncé plus haut, les perspectives de déconsommation sont influencées par le désendettement, l'inflation, l'incertitude d'emploi, l'effet Ricardo-Barro, la consommation durable, la démographie, l'emploi du temps et le post-consumérisme – huit facteurs que la crise de la COVID-19 a peut-être accentués. La crise sanitaire nous a offert un avant-goût de la déconsommation et a pénétré la conscience collective québécoise. Plusieurs citoyens ont trouvé tolérables, voire désintoxicantes et libératrices, la privation et la suppression des besoins. Ceux qui pensaient briser leur ennui « covidien » en commandant tout ce qui traînait dans leur panier virtuel sur Amazon ont peut-être été déçus. Si des priorités ont changé, des comportements nouveaux seront adoptés.

Puisqu'un test de chocs de baisse de la consommation des ménages laisse présager des impacts quantitatifs non négligeables, la déconsommation n'est plus une hypothèse d'experts en marketing, mais une microtendance économique significative. Elle n'est pas encore une « grande tendance », mais elle pourrait perdurer ou s'accroître. Bien qu'un plus grand nombre de données sur les volumes ou les quantités aiderait à valider sa force et sa direction, suffisamment de signaux confirment l'émergence de la déconsommation. Elle mérite l'attention des décideurs et une planification mesurée de la part des entreprises et des gouvernements qui verront des milliards de dollars leur échapper, avec les bons et mauvais côtés qui en découlent.

Frappée par une vague d'incertitudes sanitaires, économiques, environnementales, technologiques et sociales, la croissance unilinéaire et irréversible de la société de consommation de masse est remise en question. L'idéologie de la déconsommation active ne risque pas de se généraliser pour rapidement devenir une déconsommation de masse et bouleverser l'ordre socio-économique existant. Toutefois, l'acte de déconsommation, soutenu par la croyance que la sobriété matérielle, la privation, la substitution ou le partage permet à l'homme d'atteindre un plus grand bonheur et de vivre dans un environnement meilleur à plus long terme, s'il est répété, façonnera les comportements d'achat. Est-ce que le parangon présenté par l'idéologie de la décroissance se manifesterait de façon encore plus tangible en raison de la déconsommation ? L'émergence de la déconsommation favorisera-t-elle davantage la consommation des services ? La déconsommation rendra-t-elle les personnes plus autonomes et résilientes face à l'adversité ? Devrons-nous adapter nos vies, nos entreprises et nos finances publiques à une faible croissance ou à de nouvelles formes de répartition de la croissance ? L'avenir nous le dira.

L'âge de pierre n'a pas pris fin parce qu'on a manqué de pierres. L'âge de la consommation ne se terminera pas parce qu'on va manquer de biens, de supermarchés ou de commerces en ligne.

Une transition dominée à la fois par de nouvelles réalités économiques, démographiques et sociales, ainsi que des avancées technologiques et des volontés individuelles et collectives nous porte déjà dans une ère différente.

ÉRIC NOËL

RÉFÉRENCES

Baromètre de la consommation responsable, Observatoire de la consommation responsable (OCR) de l'UQAM, 2010 à 2020. www.ocresponsable.com

Bélanger & Brouillet, *Le Québec : de l'illusion de l'abondance à la réalité de l'endettement*, Fédération des ACEF du Québec (Associations des coopératives d'économie familiale), 1974.

Beyond Material Poverty: Why Time Poverty Matters for Individuals, Organisations, and Nations, L. Giurge, C. West et A. Whillans, Working Paper 20-051, Harvard Business School, 2019.

Budget 2021, tableau A1.1 – Moyenne des prévisions du secteur privé, p.373, Finances Canada.

COVID-19 Consumer Sentiment Survey, BCG, in *The post-lockdown consumer: How the global crisis has changed Canadians' spending patterns*, The Globe & Mail, 7 août 2020.

Cole & Yoong, *Aging and Consumer Behavior*, in C. P. Haugtvedt, P. M. Herr, & F. R. Kardes (Eds.), *Handbook of consumer psychology* (pp. 247–270). Taylor & Francis Group/Lawrence Erlbaum Associates, 2008.

Comptes économiques du Québec – 2^e trimestre 2020, Institut de la statistique du Québec, p.11.

Endettement et vulnérabilité financière des ménages, Bureau du Directeur parlementaire du budget, juin 2017, p. 16.

Énoncé économique de l'automne 2020, tableau A1.1 – Moyenne des prévisions du secteur privé, Finances Canada, Gouvernement du Canada, p. 139

Enquête sur les attentes des consommateurs au Canada, Banque du Canada, octobre 2020.

Eric Noël, *Automatisation, nouveaux modèles d'affaires et emploi : une prospective québécoise*, Institut du Québec, janvier 2018.

Eric Noël, *Canada vers 2030*, juin 2013.

Gravel, Marie-Andrée, Les journées des Québécoises et Québécois en manque de temps, Données en bref, Volume 22, numéro 3, Juin 2018, Institut de la Statistique du Québec.

Heath & Potter, The Rebel Sell: Why the Culture Can't be Jammed, Harper Collins, 2004.

Holbrook & Hirschmann, The experiential aspects of consumption: consumer fantasies, feelings, and fun, Journal of Consumer Research, vol. 9, 1982, pp. 132-140.

Mohr, Heekeren, Neuroeconomics and aging: neuromodulation of economic decision making in old age, Neuroscience & Biobehavioral Reviews, janvier 2012.

Où va l'argent, CGA Canada, mai 2009.

Price, Arnould, & Curasi, Older Consumers' Disposition of Special Possessions. Journal of Consumer Research, 27, 2000, pp. 179-201.

Reich, Charles A., Le Regain américain, Robert Laffont, 1971.

Séré de Lanauze & Siadou-Martin, Pratiques et motivations de déconsommation, Revue française de gestion, n° 230, Éditions Lavoisier, 2013, pp.55-73.

Un Québec résilient et confiant, Plan budgétaire, Ministère des finances, Gouvernement du Québec, mars 2021.

Une relance axée sur l'emploi, la croissance et la résilience, Budget 2021, Finances Canada, Gouvernement du Canada, avril 2021.

Vigie Conso-COVID19, N° 2, 15 avril – 15 mai 2020, MBA Recherche et Observatoire de la consommation responsable (OCR), juin 2020.

Votre avenir, votre budget, Plan budgétaire, Ministère des finances, Gouvernement du Québec, mars 2020.