

Les Nouvelles du REHNam

N° 55 – janvier 2023

L'invité du mois : Alain Decrop

La crise de la Covid-19 a-t-elle changé nos comportements de consommation ?

La crise sanitaire de la Covid-19 d'abord, la guerre en Ukraine ensuite, ont profondément modifié le cadre géopolitique et macro-économique dans lequel nous vivons. Les inquiétudes de plus en plus grandes concernant le changement climatique et la biodiversité ajoutent une couche supplémentaire d'incertitude. Ces crises à répétition affectent nos habitudes de consommation et, par ricochet, les produits que nous achetons. De nombreuses études indiquent ainsi que la crise de la Covid-19 a eu un impact profond sur les attitudes, les valeurs, et les comportements des consommateurs, en Belgique et ailleurs. Nous avons eu l'occasion d'étudier cet impact au sein du CeRCLe (Research Center on Marketing and Service Management) rattaché au NADI (Namur Digital Institute) de l'Université de Namur, notamment à l'occasion d'une étude réalisée pour l'UCM et la Province de Namur¹.

Les changements induits par la longue crise sanitaire que nous avons connue peuvent se résumer en quatre dimensions qui, loin d'être des modes passagères, constituent des tendances lourdes pour les années qui viennent. Premièrement, la crise de la Covid-19 a renforcé [l'appropriation des nouvelles technologies](#) tant par les entreprises que par les consommateurs. Mouvement global engagé depuis plusieurs années, la digitalisation de la société a connu une accélération fulgurante avec la crise sanitaire, marquée par l'utilisation toujours plus importante des smartphones et l'explosion des transactions en ligne. C'est ainsi qu'une majorité des habitudes apparues ou largement popularisées pendant la pandémie (telles que le *click and collect*, le paiement numérique, la visioconférence ou le télétravail) sont devenues « la nouvelle normalité ». Plus que tout autre secteur, le commerce en ligne a explosé. Selon *BeCommerce*, en 2021, les Belges y ont consacré 12,1 milliards d'euros, un record absolu qui représente une augmentation de 18% par rapport à 2020. En moyenne, les Belges ont effectué un cinquième de leurs dépenses en ligne et réalisé 20 achats de cette manière, pour une valeur de 1.445 euros.

Deuxièmement, [le locavorisme](#) ou la propension à acheter et consommer local, qui s'est fortement développée à la faveur de la pandémie, est une autre tendance de fond pour les années à venir. La crise de la Covid-19 a poussé de nombreux belges à privilégier les circuits courts et la consommation bio, non seulement par contrainte mais également par sens accru d'éco-responsabilité. Selon l'étude *Spike.consovid*, 76% des Belges sont dorénavant prêts à acheter plus de produits locaux pour soutenir la production nationale. 40% des consommateurs ont déjà pris l'habitude d'acheter en vrac et de recharger un de leurs produits. Dans notre propre étude, les répondants indiquent vouloir à l'avenir accroître leurs achats de produits locaux et frais, visiter leur région et participer à des activités culturelles locales. Elle fait apparaître des motivations altruistes comme le soutien aux agriculteurs locaux, à l'économie locale, à la communauté ou aux pratiques agricoles durables.

La troisième tendance à s'être amplifiée suite à la crise sanitaire est celle de [la sédentarité et du cocooning](#). Les confinements successifs nous ont contraints à rester à la maison et à occuper des temps de loisirs jusque-là indisponibles... Parallèlement au succès de services de livraisons et de plats à emporter, le *Do-it-yourself* et les loisirs créatifs ont connu une croissance sans précédent. Selon notre étude, les types d'équipement les plus achetés pendant la crise de la Covid-19 étaient l'électronique, le jardinage, le bricolage, l'habillement et l'ameublement/décoration. L'inflation et la baisse du pouvoir d'achat ont également intensifié la pratique du bricolage et du jardinage et limité le recours aux corps de métier. En 2020, le secteur du bricolage avait progressé de 13%, tendance positive qui s'est poursuivie en 2021 et pour 2022 (*Intotheminds*, 2022). De la même manière, la crise sanitaire a induit un retour vers la cuisine, en témoignent les pénuries récurrentes de produits tels que la farine, le sucre ou l'huile. Et nos répondants indiquent vouloir à l'avenir continuer à davantage cuisiner eux-mêmes, prendre soin de leur intérieur et faire du sport.

Last but not least, la crise de la Covid-19 a amplifié les phénomènes de [collaboration et de participation](#) dans la consommation. L'idée centrale de cette « économie collaborative ou du partage » est de privilégier



l'accès/la fonctionnalité à la possession/propriété d'un bien ou d'un service. Plutôt que d'acheter une voiture, je vais l'emprunter ou la louer quand j'en ai besoin... La plupart de ces échanges collaboratifs impliquent des relations entre pairs qui sont coordonnées via des plateformes en ligne moyennant des frais (cf. *Airbnb*) ou gratuitement (cf. *Couchsurfing*). Selon PwC, le chiffre d'affaires de cette économie collaborative pourrait passer de 24 milliards d'euros en 2016 à 570 milliards d'ici à 2025. Parmi les plateformes collaboratives, celles qui sont consacrées à la revente de produits de seconde main connaissent un engouement particulier. Ainsi, en 2021, parmi les cyberacheteurs, 50% ont opté pour des produits reconditionnés ou de seconde main, la plupart d'entre eux étant motivés par la perspective de faire des économies (*Intotheminds*, 2022). La baisse importante du pouvoir d'achat à cause de l'inflation, l'augmentation des prix du neuf pour cause de pénurie de matières premières et la raréfaction de l'offre neuve en raison de la perturbation des chaînes de production sont autant de conditions qui laissent à penser que cette tendance se poursuivra les années qui viennent.

En conclusion, la crise sanitaire de ces deux dernières années a modifié durablement nos habitudes d'achat et de consommation. Elle a notamment mis en lumière l'importance des technologies, des circuits courts, du *Do-it-yourself* et de l'économie collaborative ainsi que la nécessité, pour les entreprises, de continuer à investir dans ces tendances lourdes. Les incertitudes que nous connaissons aujourd'hui liées à la guerre en Ukraine et au changement climatique renforcent la plupart de ces tendances et montrent encore plus les limites du paradigme consumériste du monde globalisé dans lequel nous vivons. Plus de sobriété, plus de lenteur, plus de local, plus de collaboration, tels sont les principes qui devraient guider le consommateur et l'entreprise responsables pour demain.

¹ Decrop, A., Dewitte, M., Mallargé, J. & Zidda, P. (2022). Etude des changements de comportements de

La vie du REHName

Jeudi 12/01/23 : [réunion du bureau](#) à 10.00 dans la salle Vauban du grenier de l'Arsenal, suivie du repas à 12.00 et à 13.30 d'une [conférence donnée par Muriel MOSER](#), Professeur émérite d'immuno-biologie à l'ULB, sur [Les défis de la vaccination contre la COVID](#). Pour les personnes qui s'inscrivent au repas, la participation aux frais est de 30 euros à verser au compte BE10 2500 0740 2704 de l'Unamur avec la mention : NOM et PRENOM, CPO 4945850 REHName, repas du 12 janvier 2023.

Jeudi 23/11/23 : colloque « [Faire l'Europe](#) ». Bloquez cette date et réservez dès maintenant.

Brèves de l'université

[L'UNamur partenaire du nouveau Parc National de l'Entre-Sambre-et-Meuse](#)

Forte de son expertise dans le domaine de la géologie et de la conservation de la biodiversité, l'UNamur est l'une des partenaires du nouveau Parc National de l'Entre-Sambre-et-Meuse désigné par le Gouvernement wallon :

www.myscience.be/fr/news/wire/l_unamur_partenaire_du_nouveau_parc_national_de_l_entre_sambre_et_meuse-2022-unamur

Annonces

Le 24/01/23, journée [Ose la science](#) sur les enjeux des 3, 4 et 5 G. Des animateurs sont recherchés. Les candidat(e)s sont invité(e)s à prendre contact avec M^{me} Delahaye : annefrancedelahaye@gmail.com

Le 26/01/23 dans l'auditoire CH01, journée de [conférences en l'honneur d'Alain KRIEF à l'occasion de son 80^{ème} anniversaire](#). Les conférenciers seront Annemieke Madder, Davide Bonifazi, Janine Cossy, Ilan Marek et Jean-Marie Lehn (lauréat du prix Nobel de Chimie). La participation sera gratuite mais une inscription préalable sera demandée et les personnes de contact sont Guillaume Berionni et Stéphane Vincent.

Le 27/01/23, conférence sur [les spiritualités et leur place par rapport à la culture technico-scientifique de l'ère numérique planétaire](#) organisée par la Chaire Notre-Dame de la Paix (cUNdp) et l'Abbaye de Maredsous dans le cadre des célébrations du Centenaire du décès de Dom Columba Marmion (1858-1923), troisième Abbé de Maredsous (1909-1923), béatifié par Jean-Paul II en l'an 2000 et dont la spiritualité avait nourri la plupart des participants au Concile Vatican II (1962-65). Participation libre mais inscription obligatoire via le lien <https://events.unamur.be/e/spiritualites>.