

18 septembre 2020

IBEN n°10-2020

ING Belgian Economic Newsletter

Série – *Le monde d'après (le Covid)*

Le consommateur sera-t-il plus soucieux du développement durable ?

Avant la crise du coronavirus, le développement durable était devenu une préoccupation de plus en plus sensible. Mais cette tendance se confirmera-t-elle dans une conjoncture économique plus difficile ? Nous avons le sentiment que le développement durable reste important et gagnera encore du terrain. Notre manière de consommer, avec par exemple l'augmentation de l'e-commerce, a également un impact sur notre empreinte écologique. Aujourd'hui, l'e-commerce n'est pas toujours durable, mais il existe des moyens relativement simples de réaliser des achats en ligne de manière plus écologique.

Le consommateur face à une situation économique difficile

La crise du coronavirus et la perte de revenu qui l'accompagne sont évidemment loin de réjouir les consommateurs belges. Même si le gouvernement a compensé une partie de la perte des revenus subie par de nombreux Belges, la confiance des consommateurs a chuté brutalement pour se retrouver au niveau observé lors de la crise financière de 2008 et de la crise de la zone euro. Les consommateurs d'aujourd'hui sont tout aussi pessimistes qu'ils l'étaient à l'époque en ce qui concerne les perspectives de chômage. Il est donc fort probable que de nombreux consommateurs freineront leurs achats au cours des prochains mois.

En plus de la baisse de la consommation, la conjoncture économique plus difficile signifie que le consommateur est généralement plus sensible au prix. De nombreux consommateurs vont donc abandonner certaines marques pour des alternatives moins chères.

Enfin, une conjoncture économique plus difficile peut également entraîner des changements dans les préférences des consommateurs et augmenter ou diminuer sensiblement la demande de certains biens. C'est ainsi qu'on a observé une forte augmentation de la demande de vélos pendant la crise. Pendant le confinement, le vélo est apparu comme une forme de détente populaire et une alternative plus sûre que les transports publics en période de coronavirus.

La consommation durable apparaissait déjà avant la crise du coronavirus

Une [enquête internationale d'ING](#), réalisée au cours du second semestre 2019, montre que les consommateurs tiennent de plus en plus compte de l'impact de leurs achats sur l'environnement. Ainsi, 59 % des personnes interrogées ont indiqué que l'impact environnemental des produits jouait un rôle de plus en plus important dans leurs décisions d'achat. Et 49 % se disaient même prêtes à payer un prix plus élevé pour des produits fabriqués dans le respect de l'environnement.

Une tendance appelée à se confirmer ?

Mais les difficultés économiques actuelles pourraient freiner ce souci de consommation plus durable. Comme dans ces circonstances, les consommateurs se montrent plus

Steven Trypsteen

Economist

Bruxelles +32 2 547 33 79

Steven.trypsteen@ing.com

sensibles au prix, ils pourraient être davantage enclins à privilégier des produits un peu moins chers mais moins durables.

La crise pourrait également entraîner des changements dans les préférences des consommateurs. Or, il semble que depuis le début de la crise du coronavirus, les consommateurs belges accordent une importance accrue à la question du développement durable. Une [récente enquête de McKinsey](#), une société de conseil, montre que 15 % des consommateurs belges sont davantage soucieux d'acheter des produits durables et écologiques depuis le début de la crise du coronavirus. Alors que seulement 7 % des personnes interrogées s'en soucient moins. En outre, les consommateurs belges ne se préoccupent pas uniquement de l'environnement. C'est ainsi que 14 % des Belges déclarent attacher désormais plus d'importance à la manière dont les entreprises veillent à la sécurité de leurs employés, alors que 6 % seulement disent y être moins regardants.

L'exemple des ventes de voitures

Les ventes de voitures neuves constituent un exemple significatif de ces tendances. En période de difficultés économiques, bon nombre de ménages préfèrent reporter l'achat d'une nouvelle voiture. Le nombre d'immatriculations de voitures neuves en Belgique avait ainsi diminué respectivement de 11 % et 15 % en 2009 et 2012. La crise du coronavirus va à son tour entraîner une baisse des ventes de voitures neuves. Durant la première moitié de 2020, les immatriculations ont chuté d'environ 30 % par rapport au premier semestre de 2019, principalement en raison du confinement.

De plus, le confinement a entraîné une réduction considérable du nombre de kilomètres parcourus. Enfin, nous observons que le comportement d'achat du conducteur belge a changé : il se tourne vers les voitures hybrides, ce qui entraîne une réduction des émissions moyennes de CO₂ par kilomètre. Durant les six premiers mois de 2020, les voitures hybrides ont représenté 8,4 % de l'ensemble des nouvelles immatriculations, contre seulement 4,8 % en 2019. Cette évolution est remarquable, car les voitures à faibles émissions affichent généralement un prix d'achat plus élevé et les consommateurs sont habituellement plus sensibles aux prix en période de difficultés économiques.

Il convient néanmoins de nuancer ces conclusions, et donc leur impact sur le développement durable. La baisse du kilométrage parcouru était probablement temporaire. Par ailleurs, la progression de la part de marché des véhicules hybrides s'explique probablement par une modification du profil des acheteurs de voitures pendant la crise. Aujourd'hui, ce sont surtout des Belges plus aisés qui ont acheté une voiture neuve. Et comme ces derniers achètent davantage des véhicules à faible émission, il est logique que la proportion de ces voitures augmente. Il faut y ajouter que les entreprises semblent donner un coup d'accélérateur à la mobilité électrique. La part de marché des voitures électriques enregistrées par des entreprises était de 11,8% durant la première moitié de l'année, alors qu'elle n'est que de 4,9% chez les particuliers.

Néanmoins, les tendances observées pourraient prendre un caractère permanent dans l'après-crise, notamment sous l'impulsion des autorités. En effet, dans certains pays européens, comme la France et l'Allemagne, l'achat de voitures à faible émission est davantage encouragé par les pouvoirs publics, pour les rendre plus accessibles à un plus large public. Les plans de relance de ces pays permettent d'accorder des fonds aux consommateurs sous la forme d'une subvention supplémentaire à l'achat d'une voiture à faible émission.

e-Commerce

La manière dont les consommateurs effectuent leurs achats a également un impact sur l'environnement. La crise a entraîné une augmentation spectaculaire du commerce

électronique, ou e-commerce. La mesure dans laquelle cette tendance se maintiendra sera discutée dans un autre article.

En optimisant la logistique, l'e-commerce peut en principe réduire les émissions de CO2. Nous pouvons établir une comparaison avec le ramassage des ordures. Il est plus respectueux pour l'environnement qu'un seul camion desserve une zone particulière que de voir chaque ménage se rendre lui-même à un point de collecte.

Cependant, certains éléments peuvent aussi augmenter les émissions de CO2 générées par l'e-commerce. Par exemple, la pression en faveur d'une livraison rapide peut empêcher le remplissage optimal des camionnettes. Le retour fréquent des colis, qui survient surtout lors de l'achat de vêtements, accroît également la pression sur l'environnement.

L'impact positif ou négatif de l'e-commerce sur l'environnement dépend donc de nombreux facteurs, mais il est certainement possible de le rendre plus durable. De nombreuses entreprises s'efforcent de rendre les livraisons aussi écologiques que possible. Certaines utilisent le vélo ou des véhicules électriques pour parcourir les derniers kilomètres de la livraison. [Une enquête](#) montre également que lorsqu'ils en ont la possibilité, certains consommateurs privilégient un mode de livraison plus respectueux de l'environnement. Si vous souhaitez actuellement réduire votre empreinte carbone liée au commerce électronique, il est important de regrouper vos produits et de les faire livrer ensemble.

Conclusion

La crise du coronavirus affecte donc le consommateur de nombreuses façons. Une baisse des revenus fait chuter la demande et rend le consommateur plus attentif aux prix. Toutefois, au niveau macroéconomique, nous constatons que cette situation ne devrait pas nécessairement conduire à l'abandon des principes du développement durable. Des résultats encore provisoires montrent que les consommateurs belges attachent une importance accrue à cette problématique.

Disclaimer

Cette publication a été préparée par la division d'analyse économique et financière de ING Belgique S.A. ("ING") exclusivement à titre d'information, sans tenir compte des objectifs d'investissement, de la situation financière ou des moyens d'un utilisateur en particulier. Les informations dans cette publication ne constituent ni une recommandation de placement, ni un conseil fiscal, juridique ou en investissement, ni une offre ou une incitation à acheter ou vendre des instruments financiers. Même si toutes les précautions ont été prises pour assurer que les informations contenues dans ce document ne soient ni erronées, ni trompeuses au moment de la publication, ING ne peut pas garantir l'exhaustivité ni l'exactitude des informations communiqués par des tiers. ING ne peut pas être tenue pour responsable d'éventuelles pertes directes ou indirectes suite à l'utilisation de cette publication, sauf faute grave. Les opinions, prévisions ou estimations sont uniquement celles du ou des auteurs à la date de la publication et peuvent être modifiées sans préavis, sauf indication contraire.

La distribution de cette publication peut faire l'objet de restrictions légales ou réglementaires dans certains états et les personnes qui entrent en possession de celle-ci doivent se renseigner à propos de ces restrictions et les respecter.

Cette publication est soumise à la protection du copyright et des droits des bases de données et ne peut être reproduite, distribuée ou publiée par quiconque, quel que soit l'objectif, sans l'accord préalable explicite et écrit de ING. Tous les droits sont réservés. L'entité juridique responsable de la publication ING Belgique S.A. est agréée par la Banque Nationale de Belgique et est supervisée par la Banque Centrale Européenne (BCE), la Banque Nationale de Belgique (BNB) et l'Autorité des Services et Marchés Financiers (FSMA). ING Belgique S.A. est enregistrée en Belgique (n° 0403.200.393) au registre des personnes morales de Bruxelles.

À l'attention des investisseurs américains : toute personne qui souhaite discuter de cette publication ou effectuer des transactions dans un titre mentionné dans ce document doit prendre contact avec ING Financial Markets LLC, qui est membre de la NYSE, la FINRA et la SIPC et qui fait partie de ING, et qui a accepté la responsabilité de la distribution de ce document aux États-Unis conformément aux dispositions en vigueur.

Editeur responsable : Peter Vanden Houte, Avenue Marnix 24, 1000 Bruxelles, Belgique.