

FRÉDÉRIC CHOINIÈRE

L'ACHAT LOCAL



**Réflexions
et conseils
pour voir
la vie en bleu**



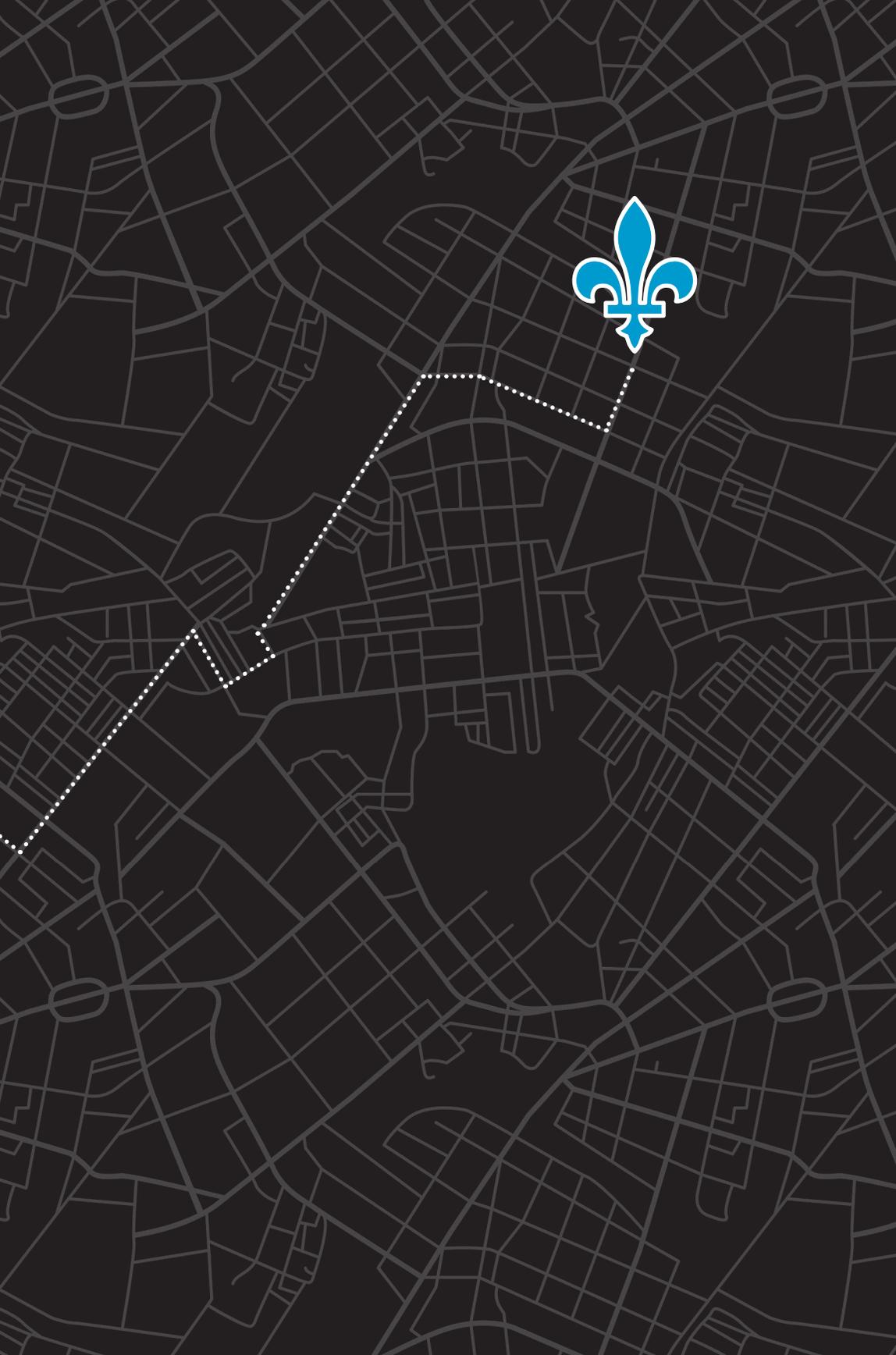
LE CONCEPT

CHAPITRE 1

Les sirènes de l'achat local

CHAPITRE 2

Définitions et balises





CHA
PI
TRE

LES SIRÈNES DE L'ACHAT LOCAL

En animant un magazine télévisuel et des chroniques sur l'environnement, j'en suis venu à avoir une étiquette d'écolo (que je ne réfute pas, au contraire !). Il m'arrive assez régulièrement de converser avec des gens, croisés dans toutes sortes de contextes, et nombreux sont ceux qui, à un moment ou à un autre dans la discussion, glissent un « je recycle » ou une autre formule du genre. Comme si mon approbation allait leur permettre d'obtenir un certificat d'écocitoyenneté sur-le-champ.

Le recyclage est devenu une réponse facile à l'éventail des problèmes environnementaux. Je me souviens d'une journée de tournage dans un centre commercial, où on interrogeait les consommateurs sur leur façon de se préparer aux bouleversements engendrés par les changements climatiques. Plus d'une personne nous a étonnés en répondant : « Moi, je fais mon recyclage ! »

Ça fait sourire, mais on ne peut pas les blâmer. Le gouvernement, ses agences et les entreprises qui nous vendent des produits emballés ont si bien martelé l'importance de mettre nos matières recyclables dans le bac que c'est devenu LE geste emblématique. Plus on remplit notre bac, plus il est gros, plus on sauve la planète, semble-t-on penser. Et peu nous importe ce qu'il adviendra de ces matières au bout du compte : on aura fait notre part.

Tout comme les problèmes environnementaux, les questions de consommation sont complexes. Dans les deux cas, si nous interrogeons une personne experte en la matière pour nous éclairer et nous aider à adopter le bon comportement, la réponse risque fort de débiter par un « ça dépend ». Et notre cerveau n'aime pas ce genre de réponse.

Notre cerveau préfère une indication claire, facile à suivre, sans ambiguïté. Lorsqu'il l'obtient, il passe à l'action sans hésitation, quitte à mettre tous les œufs dans le même panier (ou le même bac).

C'est ce que j'appelle le « syndrome du bac de récupération » : devant un problème complexe, un comportement simple devient la solution à tous les maux.

C'est justement ce qui semble se produire avec l'achat local :

- ▶ Comment faire pour sauver les commerces de la rue principale ? Réponse : l'achat local !
- ▶ Comment freiner l'exode des régions ? Réponse : l'achat local !
- ▶ Comment diminuer nos émissions de gaz à effet de serre (GES) ? Réponse : l'achat local !
- ▶ Comment préserver notre culture unique face au raz-de-marée américano-hollywoodien ? Réponse : l'achat local !
- ▶ Comment réparer les torts sociaux, financiers et écologiques engendrés par le capitalisme débridé d'une mondialisation nourrie aux stéroïdes par des spéculateurs milliardaires ? Réponse : euh... l'achat local ?

Ça en fait beaucoup sur les épaules de l'achat local, ne trouvez-vous pas ? Or, il semble que, dans les sphères décisionnelles, plusieurs aient entendu le chant des sirènes de l'achat local, évoquant son nom comme solution à bien des maux de société. C'est l'heure d'approfondir certaines idées préconçues sur les bienfaits de l'achat local. À vos surligneurs, prêts, on y va !

ENCOURAGER L'ÉCONOMIE D'ICI

Si la pandémie de COVID-19 a porté un dur coup à plusieurs entreprises et commerces, elle a en revanche renforcé plusieurs pratiques d'achat local des ménages québécois. C'est ce qui ressort des chiffres colligés par l'Observatoire de la consommation responsable (OCR), une unité de recherche fondée en 2010 et qui, depuis, suit l'évolution de nos comportements de citoyens-consommateurs.

Dans l'édition 2019 de son *Baromètre de la consommation responsable*, on apprenait que la consommation locale, qui était déjà une pratique fréquente pour 55 % d'entre nous en 2010, l'était désormais pour 60 % des personnes au Québec¹. L'étude notait aussi que la consommation locale était le deuxième geste « responsable » le plus adopté et pratiqué... après le recyclage !

La tendance s'est accélérée à compter du début du confinement en mars 2020. Pour preuve, le coup de sonde de l'OCR pour le mois de juin révélait que près de 62 % des gens avaient « privilégié l'achat de produits fabriqués localement ». C'est 2 % de plus en l'espace de quelques mois ! Ce choix était encore plus fréquent quand un produit local était offert à côté d'un produit importé et qu'il suffisait de choisir entre les deux : 69 % des personnes interrogées disaient alors avoir opté pour le produit d'ici. La principale motivation évoquée par les répondants ? C'est « important pour soutenir l'économie du Québec² ».

Une cascade d'impacts

Ça semble couler de source : en achetant un produit conçu et fabriqué ici, de surcroît dans un commerce indépendant ou une chaîne de propriété québécoise ou canadienne, on fait circuler des dollars à l'intérieur de nos frontières. Qu'on achète un pot de miel à 8 \$ étiqueté « Aliment du Québec » ou un ponton haute performance à 95 000 \$ sorti d'une usine de Princeville, on peut se targuer d'être responsable d'un petit pourcentage du chèque de paie d'une Chantale ou d'un Fariz.

Ce chèque de paie, il servira, entre autres choses, à payer un loyer à une propriétaire qui est fort probablement domiciliée au Québec ou à rembourser une hypothèque détenue par une institution bancaire québécoise ou canadienne. Une bonne part de cette somme permettra ensuite d'aller faire l'épicerie, sachant que près de 60% de la valeur des ventes de produits alimentaires sur notre marché sont liés à du contenu québécois, selon de savants calculs faits par le ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation (MAPAQ)³.

Une fois ces besoins de base couverts, il en restera peut-être pour une nouvelle paire de souliers pour les enfants, pour un électroménager (depuis que notre expérience de patates au micro-ondes aura rendu l'appareil *kaput*), pour une coupe de cheveux ou pour une sortie au cinéma.

Ce cercle vertueux fera ainsi percoler l'argent dans différentes industries et diverses sphères d'activité de notre municipalité, de notre région, puis de notre province, sans oublier les paliers de gouvernement qui y prélèveront leur dû sous forme d'impôts pour financer en retour les services publics dont nous bénéficions.

Dans le jargon économique, on parle d'impacts directs, indirects et induits. Si la fabrication d'un ponton génère de la valeur pour l'entreprise et lui permet de rémunérer ses employés, c'est là un **impact direct**. Mais ce ponton est fait d'aluminium et de pièces qui proviennent d'une vingtaine de fournisseurs québécois. Ces entreprises bénéficient de l'**impact indirect** de la production des pontons. Enfin, on entend par **impact induit** l'effet économique des dépenses de consommation (les souliers, le loyer, le café) faites par l'ensemble des personnes rémunérées au fil de cette grande chaîne de production, ainsi que des taxes et des impôts prélevés au passage.

Voilà pour la théorie. En pratique, ce n'est pas toujours évident de quantifier les répercussions économiques d'un achat ou d'un produit local comparé à des options venant de l'étranger. Le Québec tarde encore à le faire, du moins de manière précise, selon le consultant en développement commercial

Glenn Castanheira, qui en discutait un après-midi de septembre 2020 au micro de Radio-Canada⁴. En revanche, on peut se tourner vers des études menées ailleurs au pays ou à l'étranger (des études non locales, quoi !) pour avoir une idée de ces retombées.

Je nous amène d'abord en Colombie-Britannique. Avec le Québec, c'est l'un des endroits au pays où la fibre du local vibre pas mal fort, selon ce que j'ai pu observer en ligne et sur le terrain ! Une étude commandée il y a quelques années par la branche britanno-colombienne du Syndicat canadien de la fonction publique concluait que les commerces indépendants réinjectent dans l'économie locale jusqu'à 45% de leur revenu, comparativement à 17% pour leurs concurrents appartenant à de grandes chaînes. Il suffirait que les Britanno-Colombiens fassent glisser 10% de leurs dépenses de consommation vers des commerces indépendants pour voir apparaître pas moins de 31 000 emplois dans la province, représentant plus de 900 millions de dollars en salaires⁵.

Plusieurs études menées aux États-Unis vont dans le même sens et indiquent qu'un restaurant indépendant du Michigan ou une librairie indépendante de San Francisco vont créer de 1,5 à 2,5 fois plus d'emplois que leurs équivalents appartenant à de grandes chaînes, même si elles sont également américaines⁶.

De manière similaire, lors du lancement du Panier Bleu en avril 2020, le ministre de l'Économie Pierre Fitzgibbon a rapporté que si chaque ménage dépense 5\$ de plus par semaine en achat local, l'économie québécoise s'en verra enrichie d'un milliard de dollars supplémentaires⁷.

On peut tirer de tout cela une conclusion réjouissante et sans équivoque : nous, consommateurs et consommatrices, pouvons faire une différence.

**Conclusion réjouissante
et sans équivoque :
nous, consommateurs
et consommatrices,
pouvons faire une
différence.**

Il ne manquerait plus qu'une affiche du temps de la Deuxième Guerre mondiale, avec une version québécoise de l'Oncle Sam (Guylaine Tremblay ? Alexandre Taillefer ?) qui nous dit un « *I want you to... acheter local* » !

Les effets insoupçonnés de notre devoir économique

Au printemps 2020, cet appel au devoir économique n'est pas venu que du gouvernement provincial. Il a résonné au sein des entreprises, des associations d'affaires, des chambres de commerce et des municipalités, qui étaient nombreuses à vouloir intéresser les consommateurs⁸.

Une vingtaine d'organisations et d'entreprises, allant du fabricant de fenêtres au producteur de pommes de terre, se sont ainsi réunies derrière la campagne et le mot-clic #OnSeSerreLesCoudes, un concept de l'agence de création lg2 imaginé en temps de pandémie pour rappeler qu'on trouve chez nous des produits variés et de qualité.

Des CLD (centre local de développement) de différentes régions administratives ont aussi publié des listes d'entreprises locales qu'on nous invite à encourager. Un beau tableau de type Excel m'informe, par exemple, que si je suis de passage dans la MRC des Jardins-de-Napierville et que j'ai soif, je peux trouver du cidre ou du vin produit dans l'un des nombreux vignobles d'Hemmingford, ou encore du café préparé chez... Tim Hortons à Saint-Bernard-de-Lacolle⁹ ! Comment un café d'une chaîne fondée au Canada mais aujourd'hui détenue à 51 % par une firme d'investissement brésilienne peut-il se retrouver dans une liste d'achat local ? Faudrait peut-être définir ce que c'est, un achat local. J'y arrive dans quelques pages, promis !

Mais avant, si vous cherchiez quelques arguments de plus pour vous convaincre des effets bénéfiques de l'achat local sur notre économie, allons voir du côté du Centre de transfert d'entreprise du Québec (CTEQ) qui, comme son nom l'indique, travaille à assurer la pérennité de nos entreprises lorsqu'elles passent d'une paire de mains à une ou à plusieurs autres. On appelle ça le

TABLE DES MATIÈRES

Introduction	9
Le concept	16
Chapitre 1 : Les sirènes de l'achat local	18
Chapitre 2 : Définitions et balises	32
La réalité	42
Chapitre 3 : Perdre la main (d'œuvre)	44
Chapitre 4 : Le diable est dans les... composants	60
Chapitre 5 : Orgueil et préjugés	74
Chapitre 6 : Difficultés de croissance	86
Chapitre 7 : Local et en ligne	104
Chapitre 8 : Le prix à payer	122
Les actions	140
Chapitre 9 : Bien lire les étiquettes	142
Chapitre 10 : Porter l'achat local au niveau supérieur	158
Chapitre 11 : Adopter la politique des petits pas	174
Conclusion	191
Remerciements	197
Sites et ressources	199
Notes	203