

LA CRISE DU CORONAVIRUS MODIFIE LES COMPORTEMENTS

La pandémie va-t-elle (vraiment) changer nos habitudes ?

Cette tempête passera.

Mais les choix que nous faisons maintenant pourraient changer nos vies pour les années à venir. Les crises qu'affrontent les sociétés sont en effet des moments privilégiés pour des transformations légères ou profondes.

De manière générale, toute crise déstabilise les grands courants intellectuels et idéologiques. Les crises exposent ou font ressortir au grand jour les limites d'un modèle : ce qui ne semblait pas de l'ordre du possible le devient soudainement.

L'analyse des conséquences de la crise sur la transition écologique et sociale de nos habitudes a été réalisée par 15 professeurs d'université de différentes spécialités (comportement du consommateur, sociologie, marketing vert, management, tourisme, communication politique). La moitié des chercheurs sont affiliés à des universités québécoises et l'autre moitié à des universités françaises. La parité a également été respectée. Cette diversité de profils amène un regard novateur sur la crise de coronavirus que nous traversons.

Face à la pandémie de Covid-19 et aux restrictions imposées, un grand nombre d'individus se sont habitués à porter un masque pour leurs sorties ; d'autres ont adopté des comportements survivalistes (achat d'armes à feu), ou ont découvert la micro-aventure que certains chercheurs qualifient de « touristification des lieux ordinaires et du quotidien » ; pendant qu'une majorité de salariés se sont lancés dans le télétravail.

Les premières études conduites dans le domaine de la consommation observent des modifications importantes dans les routines de courses avec une hausse marquée de l'achat en ligne et de l'achat de produits locaux. Une majorité de consommateurs déclarent avoir choisi un produit local lorsqu'ils en ont eu la possibilité. À l'opposé, des comportements qui semblaient acquis, comme le recyclage, semblent régresser.