



# LE CONSOMMATEUR ET LA COVID-19

## Partie 1 (de 3) : La vie au travail

Chase Bethel CFA, Analyste d'actions, secteur de la consommation

### Les changements dans nos façons de travailler, de manger et de se divertir

La grande récession de 2008-2009 a été unique en son genre; elle est survenue très rapidement, causant instantanément beaucoup de dégâts. À ce moment-là, les observateurs du marché étaient d'avis que le prochain repli (peu importe le moment où il se produirait) serait plus normal et s'effectuerait plus lentement. Ces prévisions ont toutefois été éclipsées par l'arrivée de la COVID-19 au premier trimestre de 2020. Au lieu d'une récession type, nous avons assisté à une perturbation rapide et sans précédent de l'économie mondiale et de notre tissu social.

Fort heureusement, les gouvernements, les institutions et certaines sociétés avisées ont réagi en adoptant des politiques et des mesures de relance, et en accordant des délais de grâce. L'adoption des technologies et du commerce électronique s'est accélérée pour s'établir à des niveaux que l'on croyait atteindre

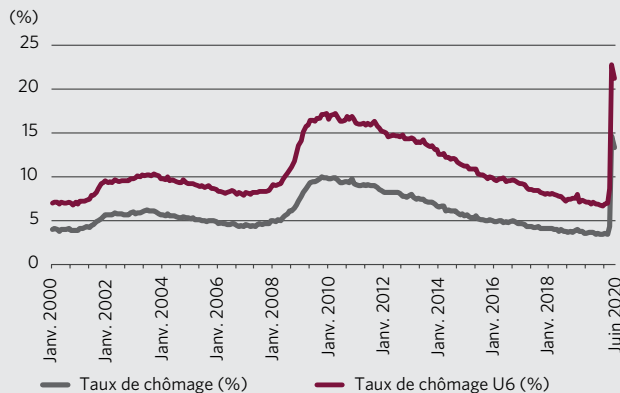
dans trois à cinq ans seulement. Pour le consommateur nord-américain, certains changements pourraient être temporaires, mais d'autres répercussions et comportements risquent de persister au-delà de la crise. Examinons d'abord l'incidence sur le travail et sur la vie active.

### Continuer de recevoir son chèque de paie

Le chômage a bondi et demeure élevé, car les mesures de confinement imposées par les gouvernements et les précautions volontaires individuelles visant à freiner le virus perturbent de nombreux secteurs d'activité. Les entreprises les plus durement touchées comprennent celles liées aux voyages et aux loisirs, aux services de santé et aux services récréatifs, à la vente au détail discrétionnaire et à la restauration. Le nombre de chômeurs a atteint un niveau phénoménal. Au Canada, ce chiffre est passé de 1,1 million en février à 2,6 millions en mai 2020. De même, aux États-Unis, ce chiffre est passé de 5,8 millions en février à 21,0 millions en mai 2020.

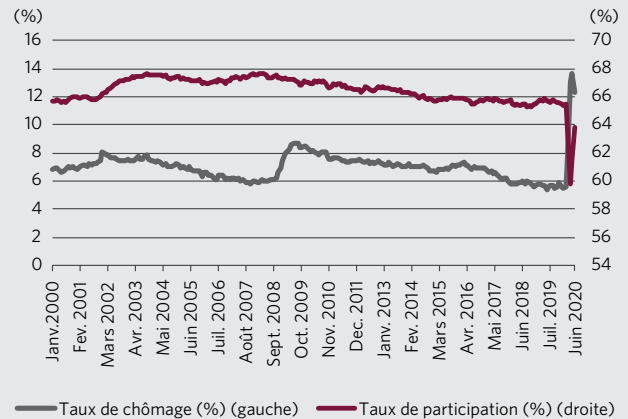


### Taux de chômage aux États-Unis



Source : Bureau des statistiques sur l'emploi des États-Unis.

### Taux de chômage au Canada, taux de participation



Source : Statistique Canada

Outre les prêts aux PME, les mesures de relance budgétaire des gouvernements visent en particulier aussi à compenser les masses salariales des entreprises pouvant maintenir les emplois pendant la crise. La CARES Act (la loi de relance économique de 2 000 G\$ du gouvernement américain) prévoit des versements d'environ 300 G\$ US aux particuliers. Au Canada, des mesures de relance totalisant 107 G\$ ont été présentées dans le cadre d'une série d'annonces; 15 G\$ sont destinés à soutenir directement le consommateur et 37 G\$ visent à soutenir directement les entreprises. En plus de ces mesures, certaines sociétés de premier plan du secteur de la consommation, dont bon nombre étaient considérées comme des entreprises essentielles, ont fait preuve de leadership en augmentant les salaires (généralement de 2 \$/heure en moyenne) et en renforçant les protocoles de sécurité pour leurs employés.

Déjà en juin, les données sur l'emploi aux États-Unis et au Canada commençaient à s'améliorer. Aux États-Unis, le taux de chômage est passé de 13,3 % à 11,1 % en juin (une réduction de 3,2 millions de chômeurs par rapport à mai). Le taux de chômage U6, une mesure de sous-emploi qui comprend les personnes marginalement rattachées à la population active, s'est également amélioré, passant de 21,2 % à 18,0 %. Au Canada, le taux de chômage est passé de 13,7 % à 12,3 %, et le nombre de chômeurs a diminué de 167 000 par rapport à mai. Le taux de participation, qui mesure le nombre de personnes occupant ou recherchant activement un emploi par rapport au nombre total de personnes admissibles au travail, est passé de 61,4 % en mai à 63,8 % en juin.

### Récompenser les héros

Au Canada, les détaillants en alimentation engagent des dépenses de l'ordre de 80 M\$ à 270 M\$ par trimestre pour contribuer aux « salaires héros » temporaires accordés aux travailleurs de première ligne, ainsi que des dépenses liées à la sécurité, aux avantages sociaux et aux capacités de commerce électronique. Aux États-Unis, Walmart et Kroger ont engagé des dépenses de 755 M\$ US et de 700 M\$ US respectivement pour augmenter les salaires de leurs associés aux ventes. Amazon a annoncé<sup>1</sup> des augmentations de salaire de l'ordre de 800 M\$ US pour les employés. D'autres exemples comprennent Home Depot (850 M\$ US en salaires et avantages sociaux supplémentaires) et Lowe's (340 M\$ US). Bien que les coûts supplémentaires liés à l'équipement de sécurité et de protection soient susceptibles de persister, il semble que la rémunération horaire plus élevée accordée aux travailleurs de première ligne reviendra plus rapidement aux niveaux antérieurs. Par exemple, au Canada, les trois principaux détaillants en alimentation ont annoncé la fin de leur programme de « salaires héros » le 13 juin 2020. Dollarama a également augmenté la rémunération des travailleurs de première ligne, mais cette hausse pourrait prendre fin en juillet.

Même certaines sociétés qui ont subi de graves répercussions financières, comme Canada Goose et Starbucks, ont profité de l'occasion pour démontrer leurs valeurs et culture d'entreprise. Starbucks a instauré une indemnité en cas de catastrophe jusqu'au 3 mai, ainsi qu'une augmentation de salaire de 3 \$/heure pour les employés en mesure de travailler. Le chef de la direction de Canada Goose a réduit son salaire et a transféré le montant de

la réduction dans un fonds créé pour aider les employés, dont certains n'étaient pas admissibles à l'assurance-emploi. Au bout du compte, nous pensons que certaines sociétés ont fait preuve d'une bonne responsabilité sociale de l'entreprise en pleine crise et qu'il est fort possible que les consommateurs se souviennent de ce comportement et le récompensent à l'avenir.

## Épargner plus maintenant, dépenser davantage plus tard?

Un autre phénomène de travail lié à la pandémie a été le travail à domicile. Selon nous, il s'agissait en grande partie d'une dynamique concernant les travailleurs à revenu moyen à élevé et, malheureusement, les travailleurs à faible revenu ont été moins en mesure d'y participer. Comme les ménages les plus fortunés ont continué de gagner leur revenu habituel tout en engageant des dépenses beaucoup moins élevées (p. ex., transport, services, loisirs, etc.), le taux d'épargne aux États-Unis a fortement augmenté. En dollars américains, l'épargne annuelle désaisonnalisée est passée à 6 100 G\$ US en avril 2020, comparativement à une fourchette de 1 300 G\$ US – 1 400 G\$ US avant la crise.

### Taux d'épargne des particuliers aux États-Unis Pourcentage du revenu personnel disponible



Source: Federal Reserve Bank of St. Louis

La hausse de l'épargne se traduira-t-elle par une demande comprimée et des dépenses futures? Des chercheurs américains<sup>2</sup> ont fourni quelques indices. Les consommateurs ayant le taux d'épargne le plus élevé avant la pandémie ont dépensé, en moyenne, seulement 23 % du paiement de relance dans les deux semaines qui ont suivi sa réception. Les consommateurs peu enclins à épargner (avant la pandémie) ont dépensé 68 % du paiement de relance dans les deux semaines qui ont suivi sa réception. Parmi les facteurs qui ne semblaient pas avoir une forte influence et un grand pouvoir

explicatif sur la propension à consommer, mentionnons l'âge, le lieu d'habitation et les niveaux de dépenses avant la pandémie.



Bien que l'ampleur de la consommation future demeure incertaine, il est important de reconnaître que les consommateurs qui épargnent le plus sont aussi moins susceptibles de dépenser que ceux appartenant au groupe à faible revenu.

## Le travail à domicile et ses implications

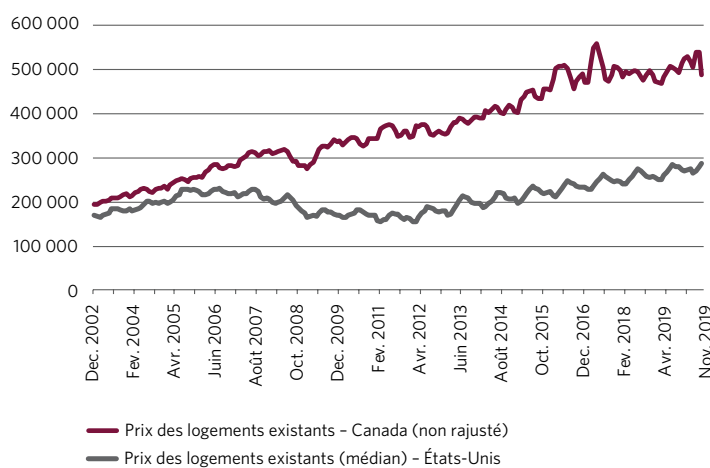
Un autre aspect important du travail à domicile est la maison elle-même. Étant donné les circonstances uniques créées par la pandémie de COVID-19, l'accession à la propriété (en particulier les logements unifamiliaux) pourrait devenir plus attrayante. Elle permet d'établir un éloignement social et d'atténuer le risque de contracter le virus dans les espaces partagés des logements multifamiliaux, comme les ascenseurs, les stationnements, les piscines, etc. Dans la mesure où la pandémie entraîne des changements permanents dans la fréquence future du travail à domicile, nous pourrions soutenir que l'achat d'une maison plus éloignée du centre-ville est plus probable, car il serait moins nécessaire de se déplacer. Toutefois, il pourrait être prématuré de faire cette prédiction.

## La valeur de revente des logements a résisté, mais pour combien de temps?

Au Canada, la valeur des logements s'était fortement appréciée avant la pandémie. Bien que le ratio dette/revenu moyen des consommateurs ait augmenté par rapport aux normes historiques lorsque les taux d'intérêt étaient plus élevés, le ratio

dette/actif (l'actif étant la valeur du logement) est demeuré constant. La SCHL<sup>3</sup> a récemment révélé qu'elle s'attend à ce que les prix des logements au Canada diminuent de 9 % à 18 % (jusqu'à 25 % dans les régions productrices de pétrole), avant de commencer à se redresser d'ici le milieu de 2021. Étant donné l'orientation expansionniste adoptée par les banques et les autres institutions prêteuses au Canada (p. ex., mesures de délais de grâce comme le report des prêts hypothécaires), il pourrait être difficile d'évaluer les véritables pressions sur l'accession à la propriété jusqu'à la fin de l'automne 2020. Cet horizon pourrait être repoussé encore plus loin si d'autres mesures de relance gouvernementales sont adoptées.

### Ventes de logements existants - Prix moyen



Source : Association canadienne de l'immobilier, Association nationale des agents immobiliers

La combinaison d'un taux de chômage élevé (s'il persiste) et de la possibilité d'une baisse des prix des logements nuira probablement à la confiance des consommateurs et aux dépenses à court terme. Certains éléments favorisent toutefois l'accession à la propriété :

- l'attrait croissant de l'accession à la propriété du point de vue de l'éloignement social
- la possibilité accrue de vivre dans une zone dont les prix sont raisonnables lorsque la nécessité d'être à proximité d'un bureau central est éliminée ou réduite
- la capacité de financer à des taux d'intérêt historiquement bas

Dans l'ensemble, les premières répercussions de la pandémie sur la vie professionnelle et les ajustements nécessaires se sont produits rapidement. À notre avis, la mesure dans laquelle des changements plus permanents découleront de cette crise dépendra en grande partie de sa durée, ainsi que des prochaines mesures qui seront adoptées par les gouvernements et les institutions pour combler l'écart en matière de taux de chômage.

La vie active est un aspect important de l'incidence de la COVID-19 sur le consommateur, mais il y a d'autres aspects à considérer. Dans le prochain volet, nous nous pencherons sur les « **changements dans notre façon de manger** », plus particulièrement sur les changements des habitudes des consommateurs concernant les achats et la consommation durant la pandémie.

<sup>1</sup> Billet de blogue du 13 mai

<sup>2</sup> « Heterogeneity in the Marginal Propensity to Consume: Evidence from Covid-19 » Karger et Rajan, Banque fédérale de réserve de Chicago

<sup>3</sup> Société canadienne d'hypothèques et de logement

Les opinions exprimées dans le présent document sont les opinions personnelles de Chase Bethel et ne devraient pas être considérées comme celles de Gestion d'actifs CIBC inc. Ces commentaires visent à donner des renseignements généraux et n'ont aucunement pour but de vous donner des conseils financiers, de placement, fiscaux, juridiques ou comptables, et ils ne constituent ni une offre, ni une sollicitation d'achat ou de vente des titres mentionnés. La situation personnelle et la conjoncture doivent être prises en compte dans une saine planification des placements. Toute personne voulant utiliser les renseignements contenus dans le présent article doit d'abord consulter son conseiller. Sauf indication contraire, toutes les opinions et estimations figurant dans le présent document datent du moment de sa publication et peuvent changer.

Ni le matériel ni son contenu ne peuvent être reproduits sans le consentement écrit exprès de Gestion d'actifs CIBC inc. <sup>MD</sup> Gestion d'actifs CIBC et le logo CIBC sont des marques déposées de la Banque Canadienne Impériale de Commerce, utilisées sous licence. Certains renseignements que nous vous avons fournis pourraient constituer des énoncés prospectifs. De tels énoncés sont associés à des risques, connus ou non, des incertitudes et d'autres facteurs qui peuvent faire en sorte que les résultats ou les rendements diffèrent sensiblement des résultats ou des rendements dont il est fait mention de façon explicite ou implicite dans les énoncés prospectifs.

Ce produit de données est fourni « tel quel » et Statistique Canada n'offre aucune garantie explicite ou implicite, ce qui comprend, sans s'y limiter, les garanties de qualité marchande et d'adaptation à un usage particulier. En aucun cas Statistique Canada ne sera tenu responsable des dommages directs, particuliers, indirects, consécutifs ou autres, quelle qu'en soit la cause.