



UNIVERSITÉ
LAVAL

NOUVELLES PRATIQUES DE CONSOMMATION

ET LES ENJEUX DES POLITIQUES PUBLIQUES

Simon Langlois
Mathieu Lizotte

Université McGill
7 décembre 2015



Social Sciences and Humanities
Research Council of Canada

Conseil de recherches en
sciences humaines du Canada

Canada

Plan de l'exposé

1. La société collaborative
2. L'acteur social : nouvelles raisons de consommer
3. Les mutations du système de production
4. Les mutations du système de distribution

Implications pour les intérêts publics



Social Sciences and Humanities
Research Council of Canada

Conseil de recherches en
sciences humaines du Canada

Canada

1. La société collaborative: mythe et réalité

- Classifications et typologies des pratiques
- Le fil conducteur : l'échange entre les pairs
- L'intégration numérique permet la mise en relation de millions d'individus qui échangent des biens et services
- Importance du réseau social



La société collaborative: deux dimensions

A. Activités non marchandes

- Covoiturage
- Échange d'appartements entre touristes
- Échange d'informations
- Partage d'évaluations (resto, hotel, profs, etc.)
- Wikipedia
- Nouveaux médias, blogues,
- Échanges de service (troc, SELS, etc.)



La société collaborative: deux dimensions

B. Activités marchandes

- Taxi (Uber)
- Locations chambres courts séjours (AirBnB)
- La seconde vie des objets : commerce de l'usagé (Kijiji)
- Crowdfunding (kickstarter, etc.)



Implications pour la RICAPP

- Comment protéger le consommateur ?
- Comment protéger l'offreur du bien ou service ?
- Comment évaluer la qualité des produits et services
- Comment gérer la concurrence avec le système marchand (taxi, hôtel, etc.)
- L'évasion fiscale



2. L'acteur social : nouvelles raisons de consommer

- Le prix et la qualité (raisons connues)
- Les préoccupations environnementales
- La santé : label bio
- L'éthique (café, chocolat, T-shirts, etc.)
- Le terroir et la proximité
- La sécurité : auto, vêtement
- L'innovation et le nouveau
- Convictions politiques



Implications pour la RICAPP

- Comment certifier la source des produits ?
- Comment garantir les bénéfices et les risques associés aux produits ?
- La fiscalité



3. Mutation du système de production

- L'offre du système de production joue encore un rôle moteur...
- ...mais elle doit de plus en plus composer avec les comportements et attentes des acteurs-consommateurs



Mutations de l'offre

- La différenciation des produits
- Nouvelle tendance : capacité accrue d'ajustement aux nouvelles attentes des consommateurs avec le big data et le marketing ciblé
- Diversification des gammes de produits en lien avec l'enrichissement et la plus grande dispersion des revenus.



Implications pour la RICAPP

- Monopole, manipulation des prix et fraudes
- Les recours collectifs (cartes de crédit, autos déficientes, etc.)
- L'extension des gammes rend plus difficile l'évaluation de la qualité et des garanties



4. Mutation de la distribution

- La grande distribution a joué un rôle clé dans la consommation de masse...
 - Intermédiaire entre le système de production et le consommateur
 - grands magasins, grandes chaînes
- ...mais elle doit se réajuster
 - crise au sein de plusieurs grandes chaînes de distribution
 - nouveaux modèles de distribution



Mutation de la distribution I

- Électronisation du commerce
- Commerce de précision
- Plus grande personnalisation de l'échange marchand
- Retour de la concurrence de la petite distribution
- La grande distribution se réajuste avec l'aide du big data
- Les systèmes de distribution et de production cherchent à capter l'hétérogénéité des consommateurs



Implications pour la RICAPP

- Protection de la vie privée
- Protection des comptes bancaires numériques
- L'équité concernant les coûts de transaction (moyens de paiement)
- Les échanges illicites en ligne



Merci!

simon.langlois@soc.ulaval.ca
Professeur titulaire en sociologie
Université Laval

mathieu.lizotte.1@ulaval.ca
Doctorant en sociologie
Université Laval



Social Sciences and Humanities
Research Council of Canada

Conseil de recherches en
sciences humaines du Canada

Canada