

La consommation et l'investissement responsables

OBJET

La consommation responsable ou écoresponsable est une pratique qui gagne en intérêt. Devant la détérioration accélérée de l'environnement, de plus en plus de citoyens sont conscients de la nécessité de remettre leurs choix de consommation en question. L'étiquetage en matière de développement durable ou écoétiquetage est l'un des principaux outils dont ils disposent pour faire de tels choix. Toutefois, cette pratique est peu encadrée. Elle laisse place aux affirmations vagues de la part des producteurs et crée ainsi une certaine confusion et un certain scepticisme chez les consommateurs.

L'investissement responsable ou l'investissement socialement responsable est un type d'investissement de plus en plus connu¹. Il consiste « à inclure les préoccupations environnementales, sociales et de gouvernance dans la gestion et la sélection des investissements² ». Celui-ci ne date pas d'hier. Déjà au XVIII^e siècle, il était encouragé par le mouvement philanthropique et les communautés religieuses. En 2006, le programme des Nations unies pour l'environnement : Initiative financière et le Pacte mondial des Nations unies ont développé les Principes pour l'investissement responsable. Plusieurs institutions financières québécoises ont adhéré à ces principes, dont Desjardins et la Caisse de dépôt et placement du Québec.

LES CINQ LECTURES POUR COMPRENDRE

1 / Durif, Fabien et Caroline Boivin, *Baromètre de la consommation responsable : édition 2015*, Observatoire de la consommation responsable, Québec, 25 p.

Rattaché à l'École des sciences de la gestion de l'Université du Québec à Montréal, l'[Observatoire la consommation responsable](#) analyse ce phénomène par le transfert de connaissances. Son site Internet présente, entre autres, des chroniques sur la consommation responsable. Depuis six ans, l'Observatoire mène des sondages qui permettent de mieux comprendre les habitudes et la perception des gens en matière de consommation responsable.

Baromètre de la consommation responsable : édition Québec 2016 montre qu'un renversement s'est produit dans l'ordre des groupes d'âge les plus responsables. Dans les éditions précédentes, l'Indice de consommation responsable augmentait d'une génération à une autre alors que, cette année, les 18-24 ans occupent la première place (67,6 points) devant les 65 ans et plus (66,7 points). Le Baromètre révèle aussi les types de comportements responsables les plus répandus chez les Québécois. Le recyclage vient en premier lieu (88 %), suivi de la déconsommation, qui peut se définir comme un souci de limiter sa consommation (72,6 %) et de l'achat local (71,3 %).

¹ Comme on le verra, ce type d'investissement est toutefois plus populaire auprès des investisseurs institutionnels qu'auprès des particuliers.

² Cette définition est celle de l'Association canadienne pour l'investissement responsable. Rappelons que la [Stratégie gouvernementale de développement durable 2015-2020](#) promeut la mise en œuvre de mesures favorisant le développement de ce type d'investissement au Québec.

2/ Terra Choice, [Les péchés de mascarade écologique](#), édition familiale, Rapport sur les prétentions environnementales dans les marchés de consommation nord-américains, 2010, 31 p.

Ce document présente les résultats d'une enquête réalisée par Terra Choice sur les méfaits du *greenwashing* ou écoblanchiment. Ce terme désigne un procédé de marketing utilisé par des entreprises dans le but de se donner une image écologique responsable. Celles-ci proposent aux consommateurs des produits soi-disant écologiques ou verts, alors que, en réalité, ils ne le sont pas.

En novembre 2008 et en janvier 2009, des équipes de chercheurs ont visité plusieurs grandes surfaces de l'Australie, du Canada, des États-Unis et du Royaume-Uni pour relever tous les arguments environnementaux présentés sur les produits de consommation. Sur le continent américain, 2219 produits ont été recensés avec 4996 revendications vertes. Afin d'évaluer les produits, Terra Choice a créé une liste de sept péchés que les entreprises ont tendance à commettre : le péché du compromis caché, le péché d'absence de preuve, le péché d'imprécision, le péché de non-pertinence, le péché du moindre de deux maux, le péché du mensonge, le péché du culte de l'étiquette mensongère. En se basant sur ces critères, Terra Choice expose dans son rapport les tendances de l'écoblanchiment.

L'enquête a mis en évidence le septième péché, le péché du culte de l'étiquette mensongère ou le culte des faux labels. Celui-ci consiste à faire croire, au moyen de mots ou d'images, que les valeurs écologiques du produit ont été certifiées par un organisme tierce partie. Cela donne alors au produit une légitimité et un avantage concurrentiel.

3/ Turcotte, Martin, « [La consommation éthique](#) », *Tendances sociales canadiennes*, Statistique Canada, 25 janvier 2011, 32 p.

Sur la base des données de l'Enquête sociale générale de 2003 et de 2008, l'auteur s'intéresse à la propension des consommateurs à choisir des produits et à en boycotter d'autres en fonction de critères éthiques. Il compare, entre autres, l'évolution de la consommation éthique à celle d'autres formes de participation politique (voter aux élections, par exemple). L'auteur donne aussi de l'information sur les personnes qui ont le plus tendance à choisir ou à boycotter un produit pour des raisons éthiques.

Ainsi, au Canada, entre 2003 et 2008, le taux de participation à la consommation responsable a augmenté alors que ceux liés aux autres formes de participation politique sont, pour la plupart, demeurés stables ou ont diminué. L'auteur constate que le niveau de scolarité et le revenu ont un effet sur la probabilité d'avoir choisi ou boycotté un produit pour des raisons éthiques. Parmi les autres facteurs liés à une participation plus élevée à la consommation responsable, on note : le fait d'être né au Canada, de vivre en union libre ou d'être célibataire, de vivre dans une région métropolitaine.

4/ Durif, Fabien et Brenda Prat, [Les Québécois et l'investissement socialement responsable : portrait 2014](#), Observatoire de la consommation responsable, Québec, 18 p.

Cette étude, réalisée elle aussi par l'Observatoire de la consommation responsable, porte sur la relation des investisseurs particuliers québécois à l'investissement socialement responsable. Ses résultats révèlent que, même si les Québécois démontrent un intérêt marqué pour les questions environnementales, sociales et de gouvernance (ESG) dans diverses sphères de leur vie, ils semblent négliger ces critères au moment de choisir leurs produits financiers. En effet, alors que 92,1 % des Québécois sont fortement préoccupés par la pollution; 89,1 % par les droits humains et 88,9 % par la

CINQ LECTURES POUR COMPRENDRE...

corruption, au moment d'investir, seulement le tiers d'entre eux est préoccupé par les critères ESG, considérés comme des leviers fondamentaux de changements.

Réalisée auprès de 1008 répondants d'un panel de consommateurs, l'étude apporte un éclairage sur ce paradoxe. Les Québécois, en général, ne sont pas à l'aise avec le milieu de la finance et n'épargnent pas en raison d'un manque de connaissances, d'intérêt ou de revenu disponible. Le manque d'information sur ce type d'épargne explique aussi le développement limité de l'investissement socialement responsable.

5/ Association pour l'investissement responsable, [*Rapport des tendances sur l'investissement responsable canadien 2015*](#), 42 p.

L'Association pour l'investissement responsable forme un réseau national qui regroupe des institutions financières, des sociétés d'investissement, des conseillers financiers ainsi que diverses organisations et personnes intéressées par l'investissement responsable. Tous les deux ans, elle publie le rapport sur les tendances en investissement responsable au Canada afin de comprendre et d'évaluer ses caractéristiques. Pour le dernier rapport, l'Association a recueilli des données auprès de plus de 170 gestionnaires de placements et de propriétaires d'actifs.

L'étude présente, entre autres, les sept stratégies de mise en œuvre de l'investissement responsable : filtres positifs ou premier de classe; filtres négatifs ou d'exclusion; intégration des facteurs ESG; engagement et activisme des actionnaires; filtres basés sur les normes; investissement thématique durable; investissement d'impact. L'étude donne les résultats relatifs à chacune d'elles, notamment les montants des actifs investis.

Il ressort globalement de cette étude que le marché de l'investissement responsable du Canada connaît une croissance et une popularité significatives. Au 31 décembre 2013, les actifs canadiens gérés par l'intermédiaire d'une ou de plusieurs stratégies d'investissement responsable sont passés de six cent milliards à mille milliards de dollars au cours des deux années précédentes. Cette croissance représente une augmentation de 68 % dans les actifs sous gestion d'investissement responsable. Ce type d'investissement occupe 31 % de l'industrie canadienne en investissement.

ET CINQ AUTRES LECTURES (POUR ALLER PLUS LOIN)

- 1/ Cliche, Jean-François, « Dans la jungle des étiquettes vertes », *Le Soleil*, 21 avril 2016.
- 2/ « [Finance. Investissement responsable](#) », Cahier thématique J, *Le Devoir*, samedi 20 et dimanche 21 février 2016.
- 3/ Grammond, Stéphanie, « [C'est facile d'être vert](#) », *La Presse Affaires* (site Web), 25 avril 2016
- 4/ Bérard, Diane, « [4 preuves que l'investissement responsable c'est efficace](#) », blogue économique de Diane Bérard, *Les Affaires*, 10 mai 2016.
- 5/ Site Internet de l'[Association pour l'investissement responsable](#) (AIR)

Préparé par Hélène Bergeron, avril 2017.