

## COMMENT STIMULER LES DÉPENSES DE CONSOMMATION? CHÈQUE VS BAISSE DE LA TVA

Face aux sombres perspectives du marché de l'emploi, des mesures s'imposent pour stimuler les dépenses de consommation et ainsi soutenir la reprise économique. Il existe un large éventail d'instruments : chèques, baisse du taux de la TVA, réduction de l'impôt sur le revenu, crédit d'impôt, impôt sur le revenu négatif. Parmi ces outils, les chèques offrent de nombreux avantages, notamment la possibilité de cibler un groupe de personnes, les bénéficiaires finaux, le type de dépenses et la zone géographique. Les coûts administratifs sont néanmoins conséquents.

Les données d'enquête tout comme celles sur l'activité et les dépenses s'améliorent dans les pays en de déconfinement. Dans le même temps, la fréquence des restructurations d'entreprises et les licenciements augmentent, dressant un sombre tableau pour l'emploi. Compte tenu du poids de la consommation des ménages dans le PIB<sup>1</sup>, il est essentiel de stimuler leurs dépenses pour soutenir la reprise. Plusieurs pays ont déjà pris des mesures dans ce sens, comme la baisse temporaire de la TVA et l'aide pour l'achat de véhicules électriques en Allemagne ou, en France, le bonus écologique pour l'acquisition de voitures propres. De manière générale, un vaste éventail de mesures, au-delà de celles déjà citées, peuvent stimuler les dépenses, telles que les chèques, la baisse de l'impôt sur le revenu, le crédit d'impôt<sup>2</sup>, l'impôt sur le revenu négatif<sup>3</sup> etc.

Le choix dépend de différents facteurs. Le premier est la facilité et la vitesse de mise en œuvre. Les baisses d'impôts, le crédit d'impôt et l'impôt sur le revenu négatif figurent, à cet égard, en très bonne place tandis que la distribution de chèques prend plus de temps et est complexe sur le plan administratif. Le deuxième est la rapidité avec laquelle les ménages concernés disposent de ce pouvoir d'achat supplémentaire. La baisse de la TVA, une fois le décret adopté, peut être mise en place rapidement. La remise de chèques prend plus de temps car elle dépend de l'efficacité du système de distribution, tandis qu'une réduction de l'impôt sur le revenu tarde à se traduire par une hausse du pouvoir d'achat.

Un troisième et important facteur réside dans la possibilité de cibler les bénéficiaires. Au lieu de choisir une aide profitant à tout le monde, les gouvernements peuvent préférer viser les ménages à bas revenus ou les personnes ayant perdu leur emploi. Un tel ciblage peut se fonder sur des critères éthiques – aider les ménages les plus démunis – mais aussi sur des considérations économiques, ces groupes cibles pouvant présenter une propension marginale plus élevée à consommer le revenu supplémentaire ainsi obtenu. L'impact serait alors plus important sur l'économie en général. Les mesures visant la distribution de chèques ou l'impôt sur le revenu peuvent très bien permettre ce type de ciblage, mais pas les baisses de TVA.

1 En 2019, la consommation privée représentait 53,5 % du PIB dans la zone euro, 53,7 % en France, 52,2 % en Allemagne et 68,0 % aux États-Unis (données basées sur des sources nationales).

2 Un crédit d'impôt est un montant pouvant être déduit de l'impôt sur le revenu exigible.

3 Dans un système d'impôt sur le revenu négatif, les contribuables percevant un revenu inférieur à un certain seuil reçoivent un transfert de la part de l'État au lieu de payer un impôt sur le revenu.

Quatrièmement, les chèques et les réductions de TVA permettent parfaitement de cibler certains postes de dépenses, une possibilité totalement exclue pour les autres mesures. Les gouvernements peuvent vouloir donner la priorité à certains biens et services dans le but de faire d'une pierre, deux coups – ex : les primes à l'achat d'une voiture électrique ont, certes, un impact économique, mais elles servent également les objectifs des politiques de transition écologique -, de favoriser certains secteurs, qui souffrent de la morosité de la demande et d'un chômage élevé, ou de cibler des activités à forte valeur ajoutée nationale et à faible contenu en importation.

Cinquièmement, les chèques peuvent aussi être destinés uniquement aux habitants de certaines régions, villes ou collectivités rurales.

### CHÈQUE VS BAISSE DE LA TVA

	Chèques	Baisse temporaire de la TVA	Baisse de l'impôt sur le revenu	Crédit d'impôt	Impôt sur le revenu négatif
Rapidité de mise en œuvre	faible	élevée	élevée	élevée	élevée
Rapidité de disponibilité des fonds	moyenne	élevée	faible	élevée	faible
Possibilité de cibler les bénéficiaires	élevée	aucune possibilité	élevée	élevée	élevée
Possibilité de cibler des postes de dépenses	élevée	élevée	aucune possibilité	aucune possibilité	aucune possibilité
Possibilité de cibler des zones géographiques	mesure pouvant être facilement appliquée au plan régional, local	difficile	possible	possible	possible
Estimation des coûts	précise sur le coût maximal	imprécise	imprécise	précise	imprécise
Bénéficiaires directs	consommateurs	consommateurs et producteurs	consommateurs	consommateurs	consommateurs

SOURCE : BNP PARIBAS

Un programme de chèques d'aide offre de nombreux avantages, notamment la possibilité de cibler un groupe de personnes, les bénéficiaires finaux, le type de dépenses et la zone géographique.



La logique serait alors fondée sur un effet multiplicateur plus important dans les régions confrontées à une récession plus sévère ; les autorités régionales ou locales pourraient introduire également un tel programme. Ainsi, des mesures visant l'impôt sur le revenu peuvent aussi être mises en place au niveau régional. Sixièmement, concernant les chèques, le coût de l'initiative est connu à l'avance<sup>4</sup> contrairement aux autres mesures pour lesquelles les estimations seront très imprécises et dépendront de plusieurs hypothèses. Vient enfin une question cruciale du bénéficiaire direct<sup>5</sup>. Pour la plupart des autres instruments, il s'agit des ménages mais dans le cas des baisses de TVA, les producteurs et les commerçants peuvent être tentés de s'octroyer une partie de cet avantage en ne répercutant pas entièrement la baisse des taxes indirectes sur les prix.

Ainsi, et dans la mesure où l'objectif est de stimuler les dépenses, les chèques offrent de nombreux avantages, notamment parce qu'ils se prêtent à des mesures ciblées, dont le coût maximal est connu dès le départ. Néanmoins, le coût administratif est important. Les crédits d'impôt ont également beaucoup d'atouts pour répondre à cet objectif.

S'agissant en particulier des chèques et des baisses de TVA – mesures visant directement à influencer la consommation – la principale question qui se pose, naturellement, est celle de leur efficacité macroéconomique, en termes d'impact sur la consommation et le PIB. La condition essentielle tient à leur caractère temporaire qui crée une incitation à accroître rapidement les dépenses, ce qui serait beaucoup moins probable en cas de réduction permanente de la TVA ou de chèques sans échéance précise. Comme pour toute augmentation de la demande intérieure, l'effet multiplicateur dépendra de la déperdition due aux importations (*import leakage*) – dans quelle mesure l'accroissement de la demande nationale entraîne une hausse des importations – mais l'existence d'effets de substitution constitue un facteur-clé. Les ménages peuvent décider de maintenir leur niveau de dépenses, mais de répartir autrement les moyens de financement entre baisse de l'impôt sur le revenu, chèques ou le gain de pouvoir d'achat découlant de la réduction de la TVA. Il peut également y avoir un effet de substitution intertemporel, la hausse de la consommation actuelle se faisant au détriment de la consommation future.

Devant autant d'influences contradictoires, il convient de se reporter aux travaux de recherche empirique pour avoir une vision plus claire. Une étude portant sur un programme temporaire de chèques, menée en mars 1999 au Japon, fait ressortir un impact positif sur les dépenses en biens semi-durables, sans aucune baisse de la consommation enregistrée après la fin du programme<sup>6</sup>. D'autre part, un programme de chèques à l'échelle nationale à Taiwan en 2009 « *semble ne pas avoir permis de stimuler l'économie* »<sup>7</sup>. Une autre étude a montré que la réduction de la TVA dans la restauration, en 2009, en France, a eu un effet limité sur les consommateurs, alors qu'une hausse significative des taux de TVA avait eu un impact plus important sur les prix<sup>8</sup>.

4 Il s'agit ici du coût maximal. En réalité, certaines personnes pourraient ne pas utiliser les chèques, ce qui baisserait le coût du programme.

5 Une mesure a des bénéficiaires directs – ceux qui bénéficient du chèque, de la baisse d'impôts, etc. – et des bénéficiaires indirects, qui profitent de la hausse des dépenses des bénéficiaires directs.

6 *Did Japan's shopping coupon program increase spending?* Chang-Tai Hsieh, Satoshi Shimizutani, Masahiro Hori, *Journal of Public Economics*, 2010, pp. 523-529. Les biens semi-durables concernent les vêtements, les chaussures, les articles de sport, les jeux vidéo, les ordinateurs, les logiciels et les livres. Le programme visait les familles avec enfants en bas âge ainsi que les personnes âgées. Les chèques devaient être dépensés au plan local.

7 *Did the Consumption Voucher Scheme Stimulate the Economy? Evidence from Smooth Time-Varying Cointegration Analysis*, Feng-Li Lin et Wen-Yi Chen, *Sustainability*, 2020

8 *Qui a bénéficié de la baisse de la TVA dans la restauration en 2009 ?* Youssef Benzarty et Dorian Carloni, *Institut Politiques Publiques*, note n° 32, 2018

En conclusion, et après comparaison des différentes mesures visant à encourager les dépenses des ménages, un programme de chèques d'aide offre de nombreux avantages, notamment la possibilité d'ajuster le groupe cible, les bénéficiaires finaux, le type de dépense et la dimension régionale.

**William De Vijlder**

