

L'économie de l'agacement

Par Philip A. Baer, MDCM, FRCPC, FACP

Je peux dater avec précision le début de ce désagrément particulier : le samedi de l'assemblée annuelle de la SCR de 2026 à Halifax, peu après midi. Je reçois un courriel soi-disant de ma banque.

Cher Philip,

Notre banque examine régulièrement les transactions, les profils et les comptes de ses clients. Notre examen a révélé des renseignements manquants ou non vérifiés dans votre profil. Ces renseignements sont nécessaires pour assurer le bon fonctionnement de votre ou de vos comptes et garantir que la banque se conforme aux exigences réglementaires en vigueur.

Si vous vous trouvez actuellement en Amérique du Nord, nous aimerions fixer un rendez-vous téléphonique avec vous afin de passer en revue votre profil. Cela prendra environ 10 à 20 minutes. Veuillez répondre à ce courriel en indiquant une date, une heure et un numéro de téléphone qui vous conviennent.

Le courriel indiquait ensuite le prénom de l'expéditeur présumé, un numéro sans frais à composer et une adresse courriel.

Bien sûr, j'ai immédiatement eu des soupçons. N'importe qui peut usurper le logo de la banque. Les employés de banque ne travaillent généralement pas et n'envoient pas de courriels la fin de semaine. Il n'y a que six grandes banques au Canada, le fait que ma banque ait été mentionnée pouvait donc être un pur hasard. De plus, je m'étais rendu à ma succursale très récemment, à deux reprises, pour d'autres questions qui nécessitaient effectivement une mise à jour et on m'avait alors dit qu'il n'y avait rien d'autre en suspens.

J'ai ignoré le courriel et, moins d'une heure plus tard, j'ai reçu un message vocal contenant la même demande. Je l'ai ignoré également.

Je suis revenu d'Halifax et je suis passé quelques jours plus tard à ma succursale bancaire, qui se trouve heureusement tout près de chez moi. Je leur ai montré le courriel sur mon téléphone. Ils ont confirmé que le nom de l'employé, son numéro de téléphone et son adresse courriel semblaient légitimes. Ils ont également vérifié mon compte et ont confirmé une fois de plus que tout était à jour et qu'il n'y avait rien à faire.

Affaire classée. Cependant, moins de deux semaines plus tard, j'ai reçu un courriel d'une autre personne de la même banque :

*Bonjour XXX Société professionnelle médicale,
J'espère que vous allez bien. Je m'appelle XYZ et je suis*

conseiller bancaire aux particuliers et aux entreprises au sein de votre banque. Je tiens à vous remercier de votre fidélité. Afin de renforcer notre communauté, je communique avec les clients du quartier pour leur offrir toute l'aide nécessaire en matière de services bancaires. Je fais un suivi auprès de vous afin de savoir si vous avez des questions ou si vous avez besoin d'aide concernant vos opérations bancaires. N'hésitez pas à communiquer avec moi pour toute demande bancaire.

Cette fois-ci, le courriel était signé d'un nom complet, et non pas simplement d'un prénom. L'agence mentionnée est celle où je me rends de temps à autre, mais ce n'est pas mon agence habituelle. La formulation du courriel n'était pas très professionnelle, avec de nombreux espaces superflus avant les virgules et les points. J'ai également ignoré celui-ci.

Alors, que se passe-t-il? Pourquoi est-ce que je perds mon temps à lire des courriels non sollicités et à écouter des messages vocaux, à essayer de distinguer le pourriel de la réalité et à faire un détour par la banque pour régler ces affaires?

Eh bien, tout cela fait partie de ce qu'on appelle « l'économie de l'agacement »; j'ai découvert ce terme pour la première fois en lisant le New York Times en avril de cette année. Ce terme aurait été inventé dans un rapport de février 2026 rédigé par deux économistes américains travaillant pour le Groundwork Collaborative¹, comme l'indique leur introduction :

« C'est devenu une caractéristique déterminante de la vie moderne : le martèlement incessant de petits tracas qui grignotent notre temps, notre patience et notre portefeuille. Les interactions quotidiennes qui devraient être simples se transforment trop souvent en épreuves pénibles, laissant les gens avec un sentiment d'être submergés, ignorés ou menés en bateau.

Nous appelons cela l'« économie de l'agacement », ce que nous payons en temps, en frais et en irritation pour mener notre vie quotidienne. Ces coûts se manifestent sous de nombreuses formes : les heures passées en attente au service à la clientèle ou perdues dans les formalités administratives alambiquées liées à l'assurance; le bourdonnement incessant des appels indésirables ou des messages politiques nous prédisant la fin du monde si nous ne faisons pas de dons; la progression constante des frais supplémentaires et des suppléments-surprises sur les transactions quotidiennes. Chaque année, l'économie de l'agacement coûte aux familles américaines au moins 165 milliards de dollars en temps perdu et en argent gaspillé. »

Suite à la page 5

L'économie de l'agacement

Suite de la page 3

Cette étude portait sur les Américains, dont le système de soins de santé est très différent, mais il est intéressant de noter que les soins de santé occupent une place prépondérante dans le bilan de l'économie de l'agacement. Les auteurs ont estimé que les appels aux gestionnaires d'assurance maladie coûtaient 21,6 milliards de dollars et que l'attente pour des services médicaux, tels que les rendez-vous chez le médecin et les examens, représentait 19,4 milliards de dollars.

Étonnamment, l'économie de l'agacement crée elle-même le besoin de nouveaux services et de nouveaux emplois visant à la contrer. L'étude a souligné qu'« une véritable industrie artisanale de services dits de "conciergerie en soins de santé" – offerts moyennant des frais, bien sûr – a vu le jour pour épargner aux consommateurs les frictions et la frustration inhérentes à presque chaque étape de leur parcours de soins. »

Ce thème vous est sans doute familier si vous regardez les chaînes de télévision canadiennes. Les publicités pour *Felix*, *My Rocky* et d'autres entreprises montrent des patients frustrés quittant la salle d'attente d'un cabinet médical pour se procurer des médicaments contre la perte de poids, la chute des cheveux et la dysfonction érectile par le biais d'une application, livrés en toute discrétion à leur domicile. Si vous regardez les chaînes américaines, vous pouvez y ajouter les publicités pour *Ro*, *Him & Hers* et d'autres. On peut débattre de la question de savoir si ce type de soins médicaux à la demande, moins contraignant, est aussi efficace qu'une consultation en personne, mais il semble connaître un essor fulgurant. Parallèlement, les cabinets médicaux privés de type « conciergerie » ne sont pas rares au Québec et pourraient bientôt faire leur apparition en Alberta également.

Par ailleurs, les rhumatologues connaissent bien l'impact de l'« économie de l'agacement » sur nos pratiques. La charge administrative et l'épuisement professionnel en sont les principales manifestations. Les formulaires d'autorisation spéciale, les programmes d'accès exceptionnel et les programmes d'usage compassionnel nous obligent à franchir des obstacles pour obtenir les traitements dont nos patients ont désespérément besoin et qu'ils méritent. Dans la grande majorité des cas, les patients finissent par obtenir l'autorisation, mais les retards sont pénibles pour toutes les parties concernées et risquent d'aggraver les résultats cliniques. Les exigences relatives à des dates précises de début et de fin pour les médicaments anti-rhumatismaux modificateurs de la maladie (ARMM) instaurées il y a des décennies, ainsi que les définitions de la « naïveté thérapeutique » qui considèrent la prise d'un

seul comprimé prescrit il y a des années comme un facteur d'exclusion, sont des exemples bien connus des rhumatologues de l'Ontario. Je suis certain qu'il existe des exemples similaires dans d'autres provinces et territoires. Les régimes d'assurance privés sont souvent moins transparents que les formules publiques, et les formulaires ne sont pas uniformisés d'une compagnie à l'autre.

Les auteurs de l'étude ont également suggéré la création d'une « unité de lutte contre les obstacles dans les soins de santé » chargée de « surveiller et d'éliminer les frictions inutiles tout au long du parcours de soins – en tirant parti d'outils tels que les expériences de "client mystère", les commentaires du public et l'engagement direct auprès de l'industrie pour mettre au jour et éliminer les obstacles qui font perdre du temps aux patients (et aux prestataires) et sapent la confiance ». En Ontario, nous disposons effectivement d'un ministère chargé de la réduction des formalités administratives et l'Ontario Rheumatology Association examine comment cela pourrait nous aider à relever certains des défis auxquels nous sommes confrontés quotidiennement.

Entretemps, ma saga bancaire n'était pas terminée. Quelques jours plus tard, j'ai reçu un appel téléphonique d'une personne en chair et en os qui travaillait à l'agence de ma banque locale et dont j'ai reconnu le nom. Malgré tout ce qu'on m'avait dit lors de mes visites précédentes à l'agence, il existait bel et bien un formulaire qu'ils devaient faire signer de toute urgence pour prouver que ma société était canadienne et non américaine. Nous avons réglé cela avec DocuSign le jour même et je n'ai plus eu de nouvelles de la banque depuis. J'espère que ce silence perdurera longtemps.

Philip A. Baer, MDCM, FRCPC, FACP
Rédacteur en chef, JSCR
Scarborough (Ontario)

Référence :

1. Maisel C. Mahoney N. Taking on the Annoyance Economy. Disponible à l'adresse suivante : <https://groundworkcollaborative.org/work/taking-on-the-annoyance-economy/>. Consulté le 24 juillet 2026.