

L'Observatoire Cetelem 2017

Consommation en Europe :
Les nouveaux chemins de la confiance



Conférence de presse du 28 février 2017

#obsconso2017

Jean-Marie BELLAFFIORE

Directeur général délégué
BNP Paribas Personal Finance

Flavien NEUVY

Responsable de L'Observatoire Cetelem

Rappel de la méthodologie



Echantillon

- 12 200 individus âgés de 18 à 75 ans.
- Ces individus sont issus d'un échantillon national représentatif de chaque pays.
- 15 pays:
 - France = 1 000 inters
 - Royaume Uni, Allemagne, Italie, Espagne, République Tchèque, Hongrie, Portugal, Slovaquie, Pologne, Belgique, Danemark, Roumanie, Autriche et Bulgarie = 800 inters par pays
 - *Autriche et Bulgarie: nouveaux pays de cette édition.*



Mode de recueil

- Interviews réalisées en CAWI. Kantar TNS
- La représentativité de l'échantillon est assurée par la méthode des quotas (sexe, âge, PCS/revenus).
- Phase qualitative:
 - 20 participants au blog



Dates de terrain

- Le terrain s'est déroulé du 03 Novembre 2016 au 15 Novembre 2016
- Durée du questionnaire : 15 mn
- Phase qualitative pour venir fouiller et illustrer les résultats quantitatifs France:
 - Blog du 05/12/16 au 12/12/16

SOMMAIRE

1 CONTEXTE ÉCONOMIQUE

2 DES MOTIFS D'INQUIÉTUDE
POUR AUJOURD'HUI ET
POUR DEMAIN

3 LES NOUVEAUX CHEMINS
DE LA CONFIANCE





1 CONTEXTE ÉCONOMIQUE

Taux de croissance du PIB



	2015	2016 (e)	2017 (p)	2018 (p)
EU (28)	2,2	1,8	1,6	1,8
Roumanie	3,7	5,2	3,9	3,6
Slovaquie	3,8	3,4	3,2	3,8
Espagne	3,2	3,2	2,3	2,1
Bulgarie	3,6	3,1	2,9	2,8
Pologne	3,9	3,1	3,4	3,2
République Tchèque	4,5	2,2	2,6	2,7
Hongrie	3,1	2,1	2,6	2,8
Royaume-Uni	2,2	1,9	1,0	1,2
Allemagne	1,7	1,9	1,5	1,7
Autriche	1,0	1,5	1,6	1,6
France	1,3	1,3	1,4	1,7
Belgique	1,5	1,2	1,3	1,5
Danemark	1,0	1,0	1,7	1,8
Portugal	1,6	0,9	1,2	1,4
Italie	0,7	0,7	0,9	1,0

Taux de chômage à la baisse

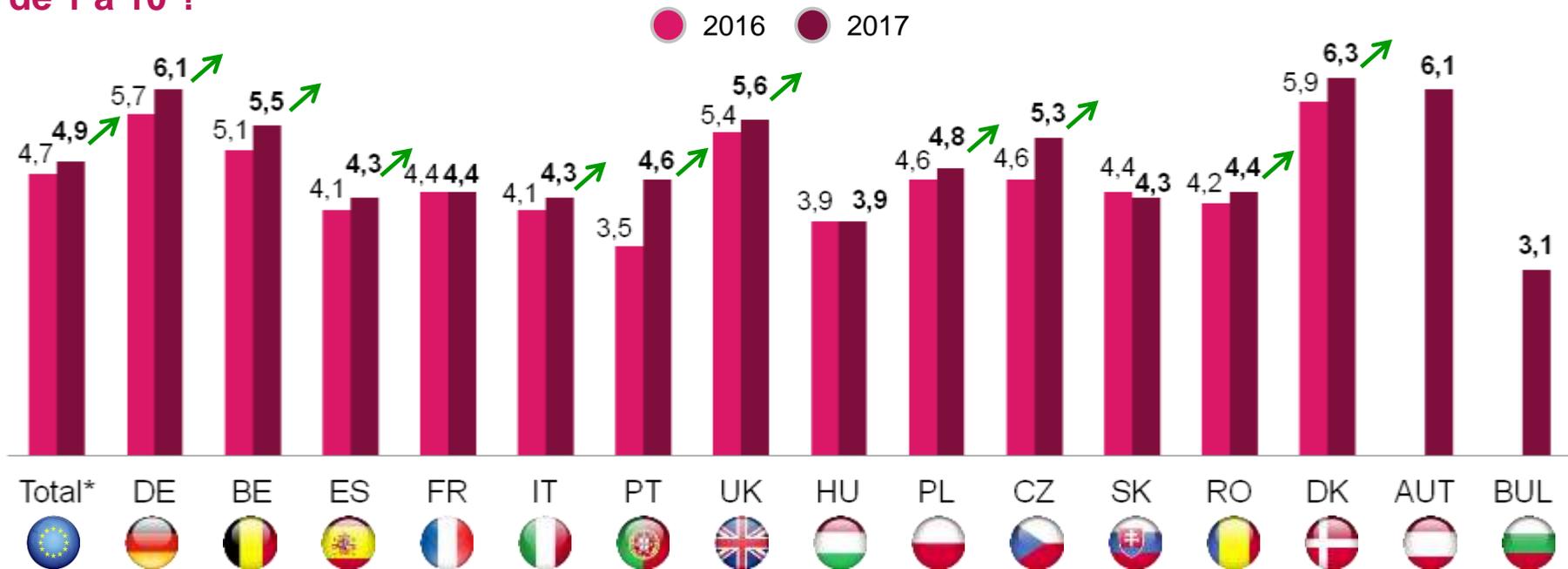


	2015	2016 (e)	2017 (p)	2018 (p)
EU (28)	9,4	8,6	8,3	7,9
République Tchèque	5,1	4,2	4,1	4,0
Allemagne	4,6	4,4	4,3	4,2
Royaume-Uni	5,3	4,9	5,2	5,6
Hongrie	6,8	5,1	4,7	4,1
Autriche	5,7	5,9	6,1	6,1
Danemark	6,2	6,1	5,9	5,6
Pologne	7,5	6,2	5,6	4,7
Roumanie	6,8	6,5	6,4	6,3
Belgique	8,5	8,0	7,8	7,6
Bulgarie	9,2	8,1	7,1	6,3
Slovaquie	11,5	9,7	8,7	7,5
France	10,4	10,0	9,9	9,6
Portugal	12,6	11,1	10,0	9,5
Italie	11,9	11,5	11,4	11,3
Espagne	22,1	19,7	18,0	16,5

Un moral qui s'améliore encore.



Comment décririez-vous la situation générale actuelle de votre pays sur une échelle de 1 à 10 ?

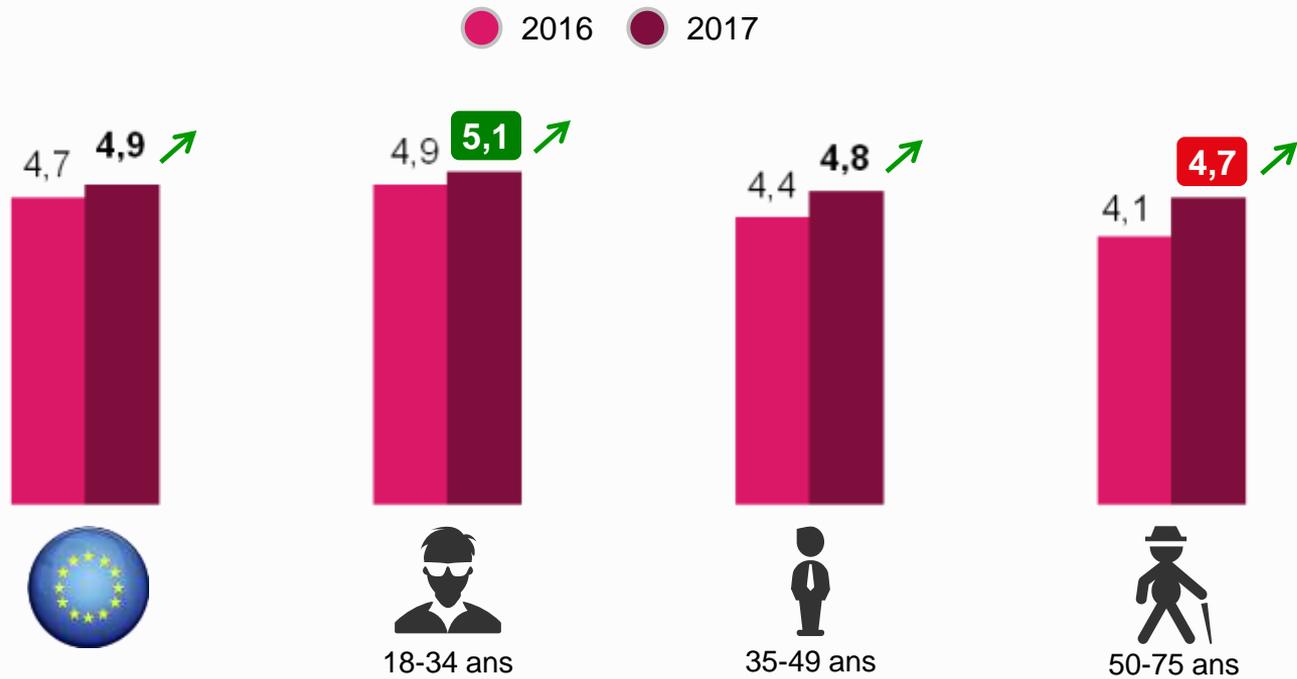


* Historique sur 13 pays - Moyenne 15 pays 2017: 4,9

Une jeunesse européenne plus optimiste.



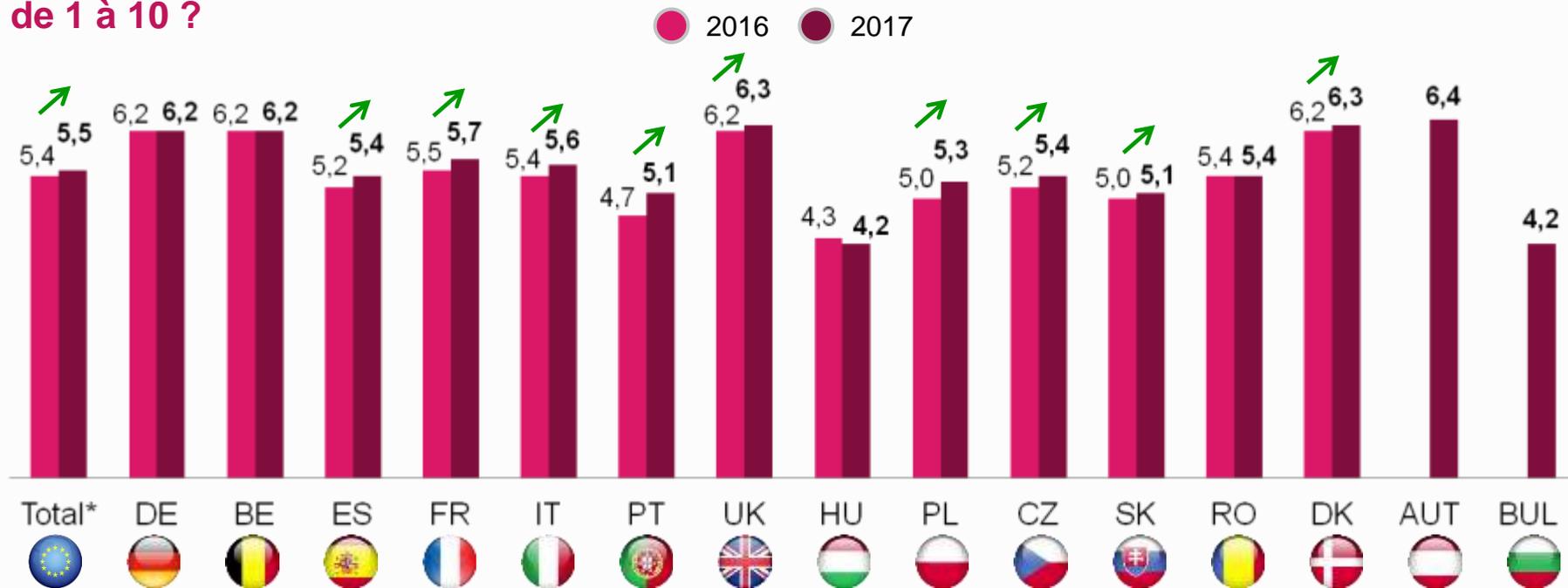
Comment décririez-vous la situation générale actuelle de votre pays sur une échelle de 1 à 10 ?



Une situation personnelle qui s'améliore elle aussi



Et, comment décririez-vous votre situation personnelle actuelle sur une échelle de 1 à 10 ?

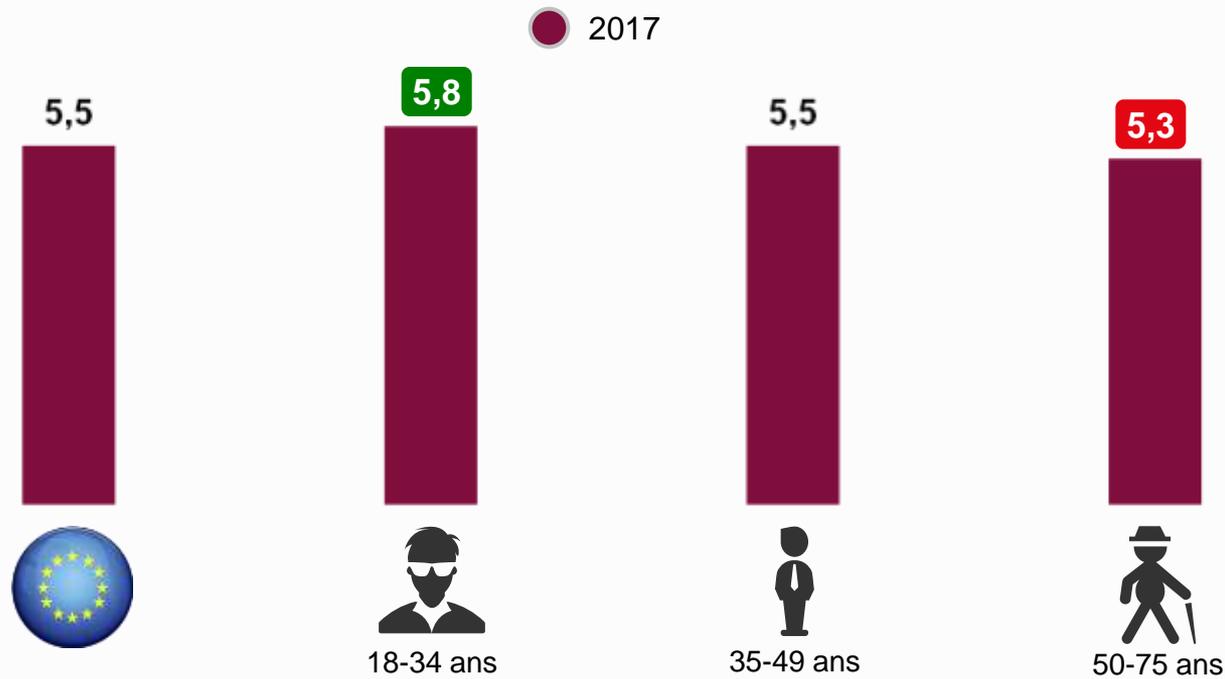


* Historique sur 13 pays - Moyenne 15 pays 2017: 4,9

Une jeunesse plus positive



Comment décririez-vous la situation générale actuelle de votre pays sur une échelle de 1 à 10 ?



37% des Européens pensent que leur pouvoir d'achat a baissé en 2016



Et sur les 12 derniers mois diriez-vous que votre pouvoir d'achat...

En %

<i>Evolutions vs 2016</i>		= 0	= 0	+5	+1	-1	+4	-2	-1	+6	-1	+2	-5	+7	-	-
A augmenté	18	20	12	21	8	8	15	18	16	26	21	26	23	25	20	17
<i>Evolutions vs 2016</i>		-2	= 0	-5	+6	+3	-5	+2	+2	-2	+4	=0	+5	-5	-	-
Est resté stable	45	49	39	40	41	50	38	60	46	45	50	45	46	51	38	39
<i>Evolutions vs 2016</i>		+3	= 0	+1	-7	-2	-11	=0	-1	-4	-3	-2	+1	-2	-	-
A baissé	37	32	49	39	51	42	46	22	38	29	29	29	32	24	42	44
	TOT	DE	BE	ES	FR	IT	PT	UK	HU	PL	CZ	SK	RO	DK	AUT	BUL

37% des Européens pensent que leur pouvoir d'achat a baissé en 2016



Et sur les 12 derniers mois diriez-vous que votre pouvoir d'achat...

En %

<i>Evolutions vs 2016</i>	-1	-3	-4	+20	+6	-6	+4	+2	-2	+3	+3	+1	-4	-4	-	-
Accroître l'épargne	41	36	37	42	34	50	57	48	35	38	37	38	48	48	43	26
<i>Evolutions vs 2016</i>	+6	= 0	+4	+6	+7	+1	-2	+2	+1	+5	-1	+1	+4	+8	-	-
Accroître les dépenses	46	35	35	47	35	35	33	42	27	66	62	72	62	33	39	69
	TOT	DE	BE	ES	FR	IT	PT	UK	HU	PL	CZ	SK	RO	DK	AUT	BUL



2

DES MOTIFS D'INQUIÉTUDE POUR AUJOURD'HUI ET POUR DEMAIN

Dans ce contexte, l'Etat d'esprit ambiant reflète une certaine déprime et navigue entre inquiétude, méfiance et insécurité.



Parmi les qualificatifs suivants, lesquels caractérisent le mieux votre état d'esprit actuel ?

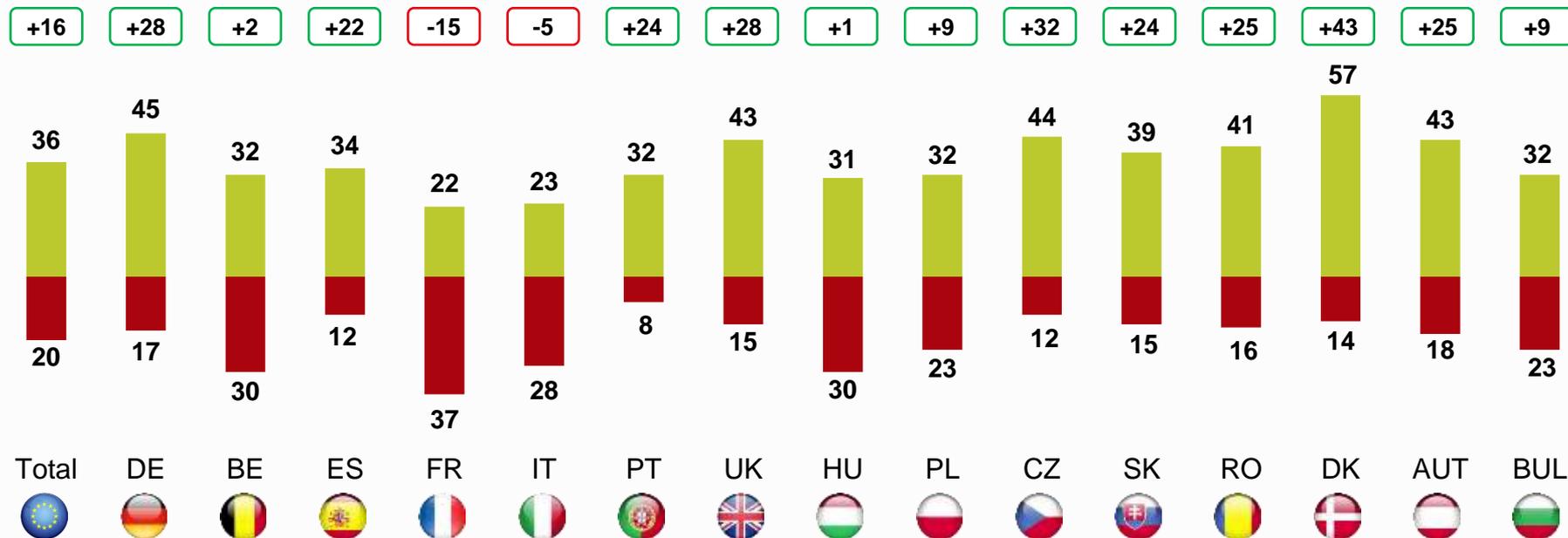


Une colère plus présente en France et en Italie...



Parmi les qualificatifs suivants, lesquels caractérisent le mieux votre état d'esprit actuel ?

● Bien-être / Sérénité ● Exaspération / Colère □ Différentiel



De nombreux motifs d'inquiétude



Concernant les perspectives d'évolution futures dans votre pays, êtes-vous... ?

% inquiet + très inquiet

Logement	57	53	53	65	63	67	59	62	63	59	46	55	62	40	44	64
Conséquences du Brexit	63	58	56	68	56	55	80	52	71	69	70	63	71	56	49	71
Sécurité dans le pays	67	64	66	69	76	74	61	53	77	71	70	68	65	42	61	83
Influence du pays dans le monde	68	56	63	69	68	73	70	48	75	66	76	71	76	50	68	84
Système éducatif	69	64	56	80	73	71	72	53	84	67	57	76	81	51	62	88
Situation économique du pays	74	52	74	80	81	81	81	58	81	73	72	84	79	49	66	87
Environnement	73	69	73	81	75	82	80	56	87	68	64	77	79	64	65	83
Capacité du pays à réformer	74	66	74	79	79	75	79	54	74	71	81	83	80	55	74	90
Système de santé / sécurité sociale	74	67	68	74	69	77	79	65	89	80	67	91	85	60	64	89
Situation migratoire du pays	77	71	78	77	82	79	75	67	75	74	85	81	75	65	77	94
	 TOT	 DE	 BE	 ES	 FR	 IT	 PT	 UK	 HU	 PL	 CZ	 SK	 RO	 DK	 AUT	 BUL

D'où un pessimisme encore très présent pour l'avenir de son pays...



Concernant la situation du pays, pensez-vous qu'au cours des 2 prochaines années, elle va...

S'améliorer % Très probablement + plutôt	19	9	10	32	12	14	32	18	20	18	19	15	28	31	10	18
Rester stable	30	40	33	29	28	41	31	33	16	21	33	33	30	32	32	13
Se détériorer % Très probablement + plutôt	45	47	53	34	50	40	32	41	55	55	42	45	34	32	54	54
																
	TOT	DE	BE	ES	FR	IT	PT	UK	HU	PL	CZ	SK	RO	DK	AUT	BUL

Note: ne somme pas 100% car % de « Je ne sais pas ».

... Mais un peu moins concernant son propre avenir



Concernant votre situation personnelle, pensez-vous qu'au cours des 2 prochaines années, elle va...

S'améliorer % Très probablement + plutôt	32	21	25	39	18	19	42	20	36	30	36	44	50	49	27	33
Rester stable	38	45	44	36	46	55	36	51	24	35	35	29	29	34	40	23
Se détériorer % Très probablement + plutôt	23	28	27	19	29	19	16	22	27	27	21	18	15	12	29	28
																
	TOT	DE	BE	ES	FR	IT	PT	UK	HU	PL	CZ	SK	RO	DK	AUT	BUL

Note: ne somme pas 100% car % de « Je ne sais pas ».

Près de la moitié des moins de 35 ans estiment que leur situation va s'améliorer



Concernant votre situation personnelle, pensez-vous qu'au cours des 2 prochaines années, elle va...

S'améliorer % Très probablement + plutôt	32	48	33	20
Rester stable	38	31	39	42
Se détériorer % Très probablement + plutôt	23	14	20	31
	 TOT	 18-34	 35-49	 50-75

Note: somme pas 100% car % de « Je ne sais pas ».

Près des ¾ des Européens inquiets pour les générations futures.



Parlons de l'avenir, êtes-vous plutôt confiant ou inquiet concernant...

% Très + plutôt inquiet

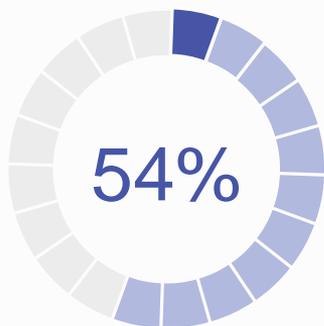
Avenir des futures générations	73	71	74	78	82	77	76	59	84	66	77	79	65	54	73	75
																
	TOT	DE	BE	ES	FR	IT	PT	UK	HU	PL	CZ	SK	RO	DK	AUT	BUL

Moins d'inquiétude pour la santé

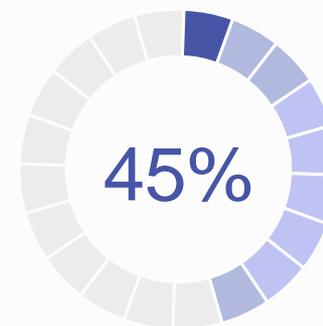


Parlons de l'avenir, êtes-vous plutôt confiant ou inquiet concernant...

Confiance dans l'avenir - % Très + plutôt confiant



Votre santé



Avenir de votre entreprise



C2 Parlons maintenant de l'avenir, êtes-vous plutôt confiant ou inquiet concernant... Base: Ensemble

Un manque de confiance qui impacte la consommation



Parmi les raisons suivantes, lesquelles vous freinent principalement dans vos achats, en 1^{er}, en 2^{ème}, en 3^{ème} ?

En %

Pas les moyens de dépenser	59	61	52	53	56	48	59	51	70	58	66	68	65	45	61	69
Épargne pour avoir une réserve en cas de coup dur	45	49	49	45	51	52	45	51	35	33	51	46	50	38	46	40
Pas assez confiance en l'avenir	34	26	32	38	31	31	31	29	38	55	39	33	32	30	25	44
Épargne pour un gros achat plus tard	24	38	26	19	22	21	21	31	20	21	22	19	27	29	37	16
Se demande qu'elle sera l'évolution du pays	23	19	28	24	29	20	32	33	15	27	14	12	23	25	17	27
Crainte pour son emploi ou celle de son conjoint	23	12	12	34	18	30	25	16	29	31	22	25	23	18	14	29
Emprunt immobilier en cours	21	16	28	28	25	20	24	21	24	15	17	26	12	30	22	13
Épargne pour aider ses enfants plus tard	20	17	22	21	21	28	20	19	19	16	17	19	22	15	19	19
Épargner pour sa retraite	17	27	22	19	18	18	15	22	11	15	16	15	12	21	20	8
Rénovation du logement	12	11	14	7	13	10	4	13	17	13	15	17	13	12	12	17
Financement des études de vos enfants	9	6	8	10	9	14	14	4	11	7	8	7	12	13	8	11
																
	TOT	DE	BE	ES	FR	IT	PT	UK	HU	PL	CZ	SK	RO	DK	AUT	BUL

Des incertitudes qui se traduisent par de l'attentisme



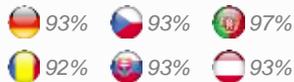
Quelles sont les affirmations qui décrivent le mieux votre attitude lorsque vous souhaitez acquérir un produit d'une valeur supérieure à 300 € / 500 € ?

En % d'accord + tout à fait d'accord.

Dimensions prix



Je compare de plus en plus les prix



Je fais davantage de devis



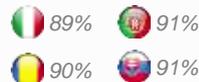
Je fais appel à des facilités de paiement



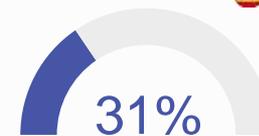
Dimensions temps



Je prends plus de temps pour réfléchir



J'hésite plus avant d'acheter



Je reporte plus l'achat





3

LES NOUVEAUX CHEMINS DE LA CONFIANCE

Un processus de confiance qui se construit de la même manière, qu'il s'agisse de confiance dans des personnes ou des entités



RELATION

Qui peut se construire si les précédentes étapes sont satisfaisantes

EXPÉRIENCE

Une confiance que l'on acquiert à travers l'expérience de l'autre/des produits/des marques et qui construisent la satisfaction

CONNAISSANCE

Apprendre à se connaître, construire des bases solides, en particulier au travers de personnes ou d'entités auxquelles on peut s'identifier (ce qui nous ressemble, vit des choses semblables, etc.) avec la valorisation de valeurs maîtresses : honnêteté, intégrité, fiabilité, transparence, etc.

Pour redonner confiance en l'avenir, les revenus et la situation économique sont au cœur des priorités d'actions avant même la menace sécuritaire.



Parmi les propositions suivantes, lesquelles vous donneraient le plus confiance en l'avenir de votre pays?

En %, 5 réponses maximum

Que les salaires augmentent	40	27	29	45	34	41	48	26	49	53	45	43	50	17	31	59
Que l'immigration dans votre pays soit limitée	24	27	27	11	30	21	40	40	29	13	32	25	11	26	38	22
Que le chômage baisse	32	18	28	15	42	4	52	24	37	34	23	38	35	41	39	44
Qu'il n'y ait plus de menace terroriste	23	33	28	16	33	19	4	34	21	21	30	16	15	28	21	20
Que l'insécurité diminue	20	27	21	13	28	42	10	14	23	18	18	20	9	15	23	18
Qu'il y ait moins d'inégalités sociales	29	44	29	35	27	33	44	22	17	25	20	20	26	40	34	20
Que l'état des finances publiques s'améliore	20	6	20	22	18	22	33	30	17	30	22	17	17	24	13	10
Que de réelles actions soient entreprises en faveur de l'environnement	15	15	19	13	14	19	11	16	17	90	11	18	18	17	15	9
Que l'accès au logement soit facilité pour les foyers les moins favorisés	15	29	13	21	9	10	12	16	18	15	11	15	12	16	24	6
Qu'il y ait davantage de moyens alloués à l'éducation et à l'enseignement	23	27	25	32	14	19	25	18	21	15	13	19	47	24	25	21
Que le niveau des retraites et des pensions augmente	27	32	25	33	20	27	18	22	22	41	37	29	25	19	16	33
Que votre pays retrouve le chemin de la croissance	29	12	29	41	30	41	38	36	16	25	30	24	33	31	20	35
	TOT	DE	BE	ES	FR	IT	PT	UK	HU	PL	CZ	SK	RO	DK	AUT	BUL

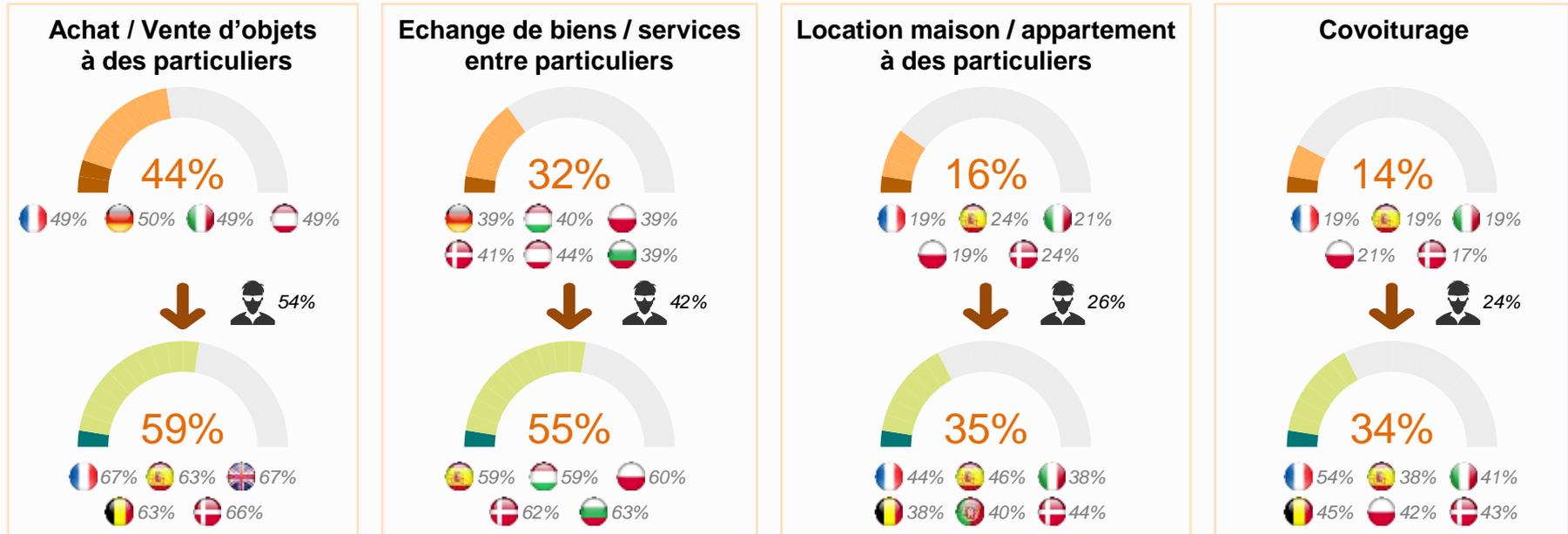
Confiance dans la consommation collaborative, surtout en France.



Parmi les pratiques collaboratives suivantes, quelles sont celles que vous effectuez ?
Actuellement, faites-vous confiance ou non à ces pratiques ?

En %

■ Régulièrement ■ Tout à fait confiance
■ Occasionnellement ■ Plutôt confiance

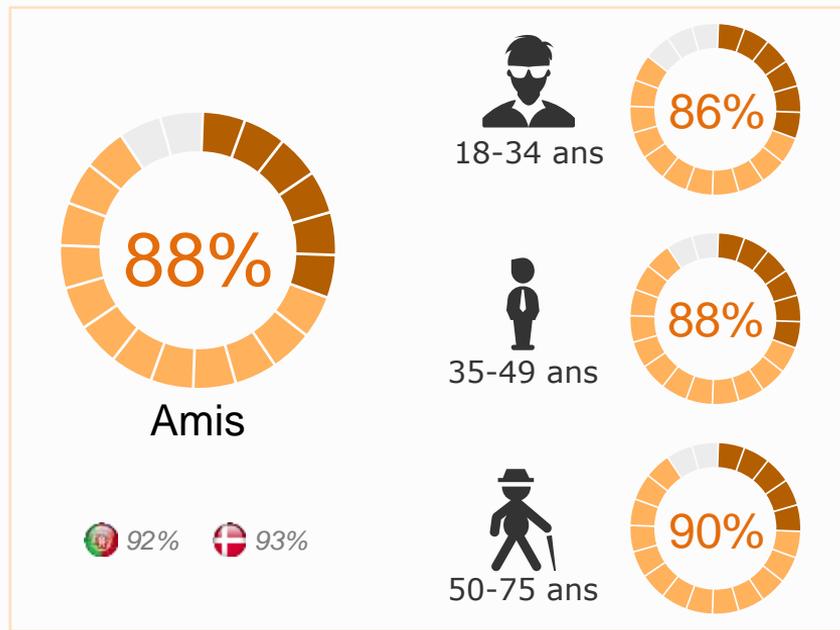
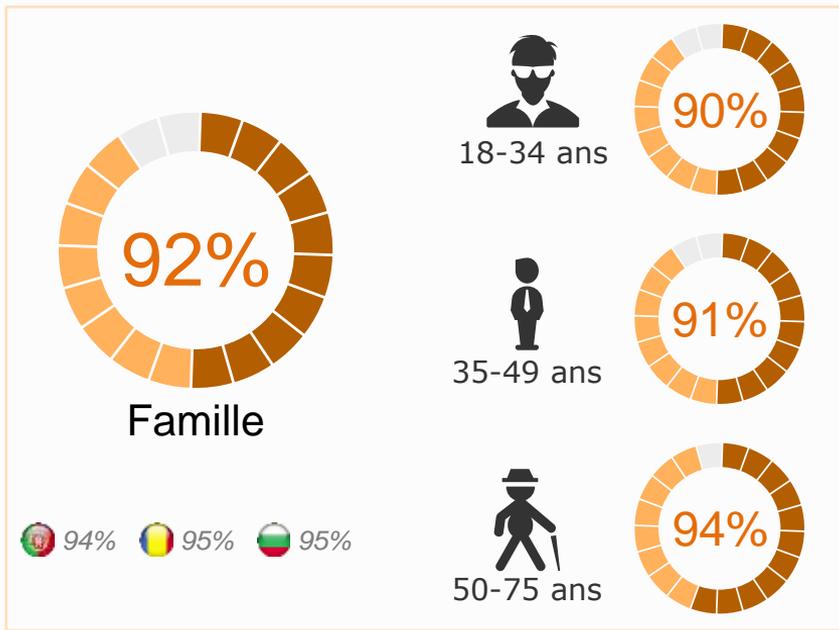


Dans ce contexte, le premier cercle est la valeur refuge, toutes générations confondues...



Actuellement, faites-vous confiance ou non...

En % Tout à fait + plutôt confiance

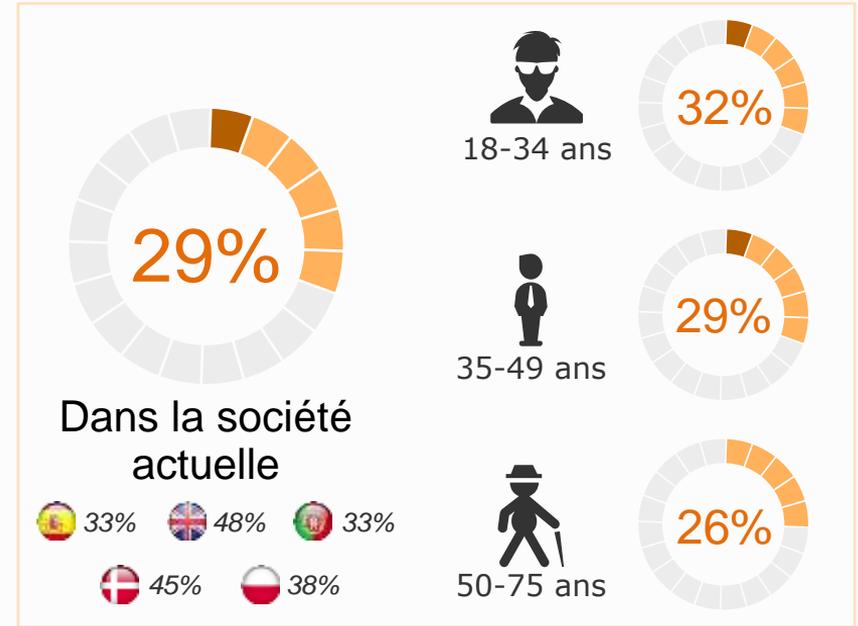
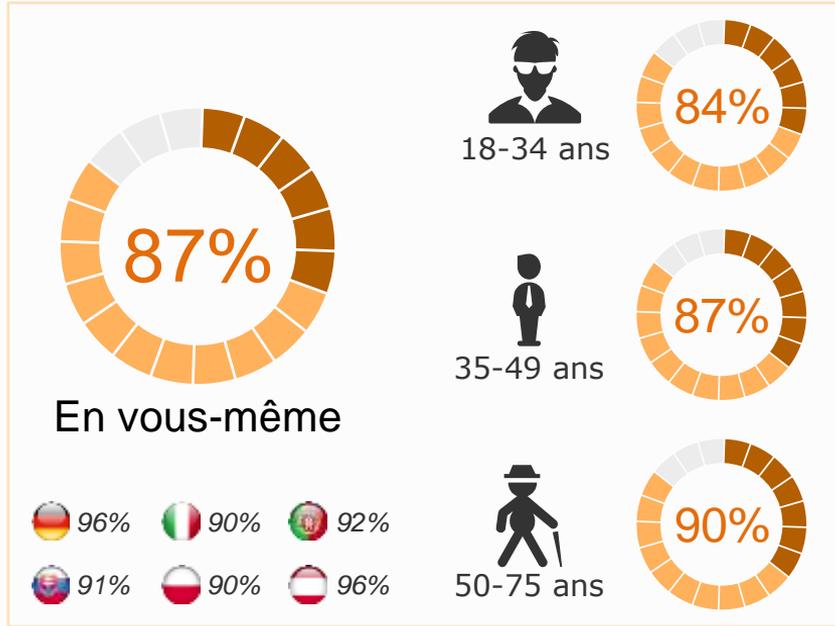


Confiance individuelle, défiance collective...



Actuellement, faites-vous confiance ou non...

En % Tout à fait + plutôt confiance



...sur fond de méfiance généralisée vis-à-vis des acteurs politiques et des institutions...



Actuellement, faites-vous confiance ou non...

En % Tout à fait + plutôt confiance

Politique



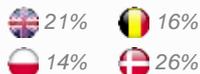
Élus locaux



Gouvernement du pays



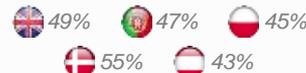
Hommes politiques en général



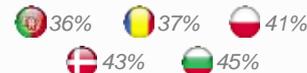
Institutions publiques



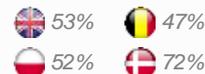
Grandes institutions internationales



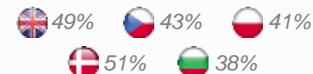
Institutions européennes



Justice du pays



Organismes financiers

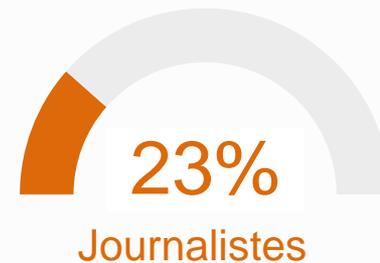
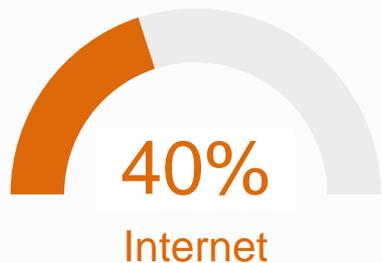


... et vis-à-vis des réseaux sociaux et des médias.



Vis-à-vis des organisations / acteurs suivants, faites-vous confiance ou pas...

En % Tout à fait + plutôt confiance



Les petites et moyennes entreprises et les marques tirent leur épingle du jeu.

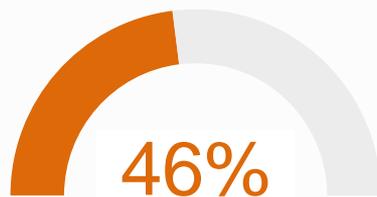


Vis-à-vis des organisations ou des acteurs suivants, faites-vous confiance ou pas...

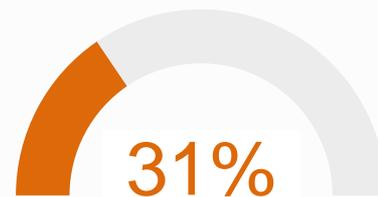
En % Tout à fait + plutôt confiance



Petites et moyennes entreprises



Marques



Grandes entreprises

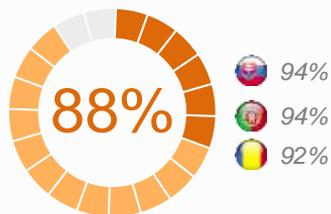


Des marques de confiance : prime à la fidélité.

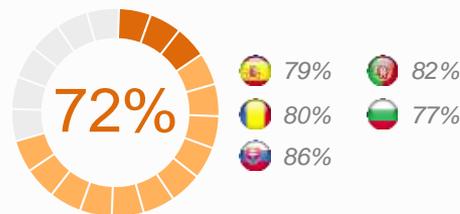


Concernant les marques, quelles sont les propositions qui décrivent le mieux votre attitude lorsque vous choisissez généralement une marque ?

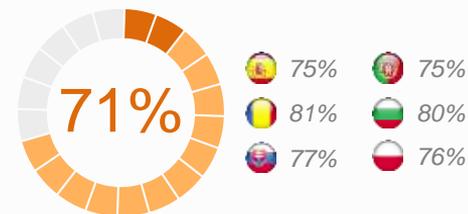
En % Tout à fait + plutôt d'accord



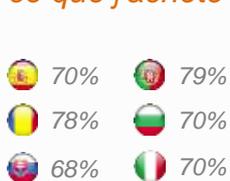
Je fais de plus en plus attention à ce que j'achète



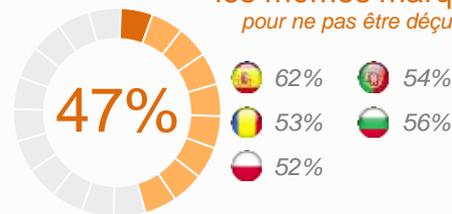
Je sais de plus en plus à l'avance les marques que je vais acheter



Je choisis de plus en plus les mêmes marques pour ne pas être déçu(e)



Je fais de plus en plus attention à ce que les gens disent d'une marque avant de l'acheter pour la première fois



J'essaie de plus en plus de nouvelles marques en toute confiance

La confiance dans une marque passe par la qualité, la réputation et l'expérience passée...



Pour qu'une marque obtienne votre confiance, quelles conditions doit-elle remplir en 1^{er}, puis en 2^{ème}, et en 3^{ème} ?

En % Tout à fait + plutôt d'accord

Proposer des produits / services de qualité	78	78	82	81	81	80	86	72	73	77	77	78	83	62	78	84
Avoir une bonne image / réputation	55	49	50	52	48	48	52	66	56	57	62	67	57	59	44	59
L'avoir déjà essayée	52	56	50	53	41	46	51	55	74	52	63	48	40	51	51	50
Etre éthique et responsable	33	32	36	40	44	42	31	26	23	32	26	20	38	36	40	26
Etre recommandée (bouches à oreille, médias)	22	24	19	15	18	22	21	21	27	26	22	25	21	24	20	21
Proposer des produits design, esthétiques	11	13	8	9	8	10	13	6	12	13	8	12	11	14	15	12
Vendeurs professionnels	7	6	8	6	9	5	2	6	3	9	9	7	7	12	8	4
Faire de la publicité	5	5	4	7	4	5	2	6	3	8	4	6	4	11	5	6
																
	TOT	DE	BE	ES	FR	IT	PT	UK	HU	PL	CZ	SK	RO	DK	AUT	BUL

Les labels, importants pour 68% des Européens



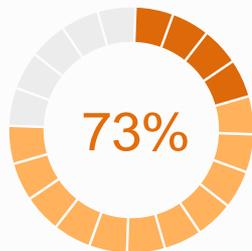
Faites-vous davantage confiance aux produits ayant un label et/ou une certification?

En % Beaucoup + Un peu plus confiance

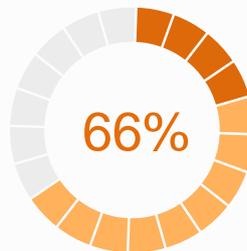
Confiance dans les produits avec labels et/ou certification	68	61	63	75	68	76	82	50	78	67	49	62	81	64	68	84
																
	TOT	DE	BE	ES	FR	IT	PT	UK	HU	PL	CZ	SK	RO	DK	AUT	BUL



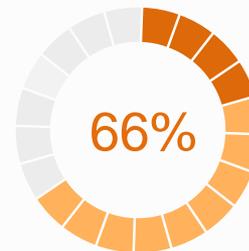
18-34 ans



35-49 ans



50-75 ans



67% des Européens prêts à payer plus cher pour une marque de confiance.



Avez-vous déjà acheté sans l'avoir prévu un bien ou un service, car il vous inspirait confiance ?
Au contraire, avez-vous déjà renoncé à un achat parce que vous n'aviez pas suffisamment confiance dans... ?
Seriez-vous prêt à payer plus cher pour un produit ou une marque qui vous inspire confiance ?

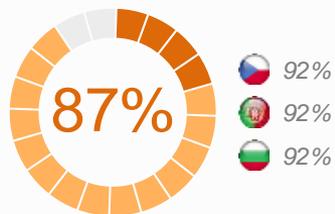
En % selon l'âge

Achat imprévu déclenché par la confiance dans la marque <i>% Oui</i>	51	54	51	49
Renoncement à l'achat par manque de confiance dans la marque <i>% Oui</i>	58	63	59	55
Propension à payer plus cher par une marque dans laquelle on a confiance <i>% Certainement + probablement</i>	67	72	65	63
	 TOT	 18-34	 35-49	 50-75

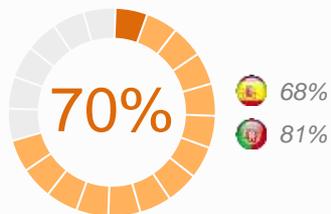
Forte crédibilité accordée aux avis internet, en particulier chez les jeunes.



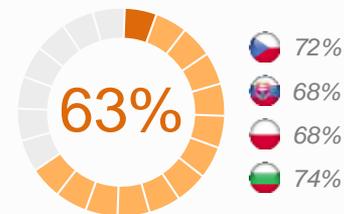
Lors de l'achat d'un produit, faites-vous confiance aux recommandations / conseils donnés par... ?
 Au contraire, avez-vous déjà renoncé à un achat parce que vous n'aviez pas suffisamment confiance dans... ?
 En % Tout à fait + plutôt confiance



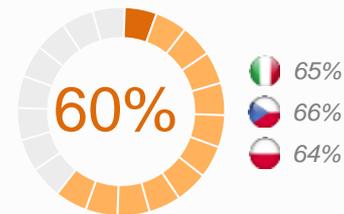
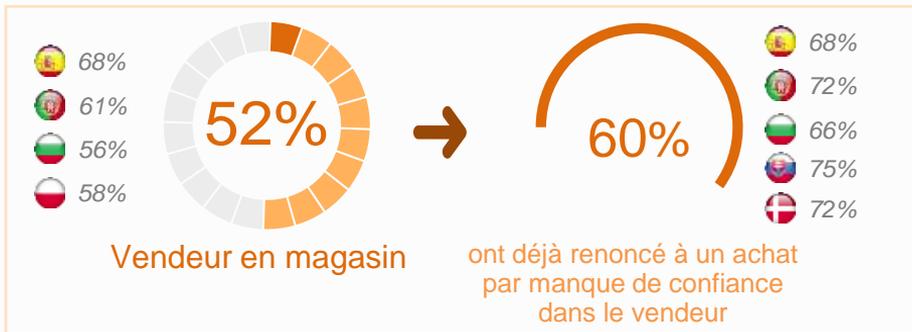
Entourage proche



Magazines spécialisés



Notes et avis d'autres consommateurs sur internet



Sites internet
 (comparateurs, sites de marques, blogs)



Des initiatives prises dans ce sens



Dacia offre désormais aux propriétaires de ses modèles Logan, Duster ou Sandero la possibilité de les mettre à disposition de tous ceux qui souhaiteraient mieux les connaître avant d'en acquérir un. C'est la première opération d'essais entre particuliers (finement baptisée « Portières ouvertes ») menée par la marque.

Juin 2016.



Le réseau d'annonces immobilières en ligne CapiFrance a récemment lancé un système original permettant à de futurs acquéreurs de « tester » un bien avant de l'acquérir. Pour cela, ils n'ont qu'à cliquer sur la rubrique « testez votre bien » du site, puis contacter le vendeur pour convenir avec lui d'occuper les lieux, gratuitement, pendant une période allant de 4h à une nuit. Une manière de lever les doutes inhérents à tout achat important (luminosité, bruits environnants...). Novembre 2016.

Merci de votre attention

Questions – Réponses

www.observatoirecetelem.com

@obs_cetelem

#obsconso2017