

Levallois-Perret, le 3 mars 2021

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

L'OBSERVATOIRE CETELEM DE LA CONSOMMATION 2021

14 200 personnes interrogées dans 15 pays européens

Télétravail, enseignement à distance, télémédecine : la « vie sans contact » devient réalité, et divise les Européens

BAROMETRE 2021 : LES EUROPEENS AFFICHENT UNE CONFIANCE PRUDENTE EN L'AVENIR

- Le moral des ménages européens se révèle globalement impacté par la crise (-0,7 point), même si ce ressenti est moindre au niveau individuel (-0,3 pt) ; les Français se situent parmi les plus pessimistes avec une note de 4,4/10 (-0,9 pt).
- 46% des Européens estiment que leur pouvoir d'achat est resté stable sur les 12 derniers mois, tandis que les ménages tricolores sont « seulement » 35% à juger qu'il a baissé, contre près de la moitié d'entre eux l'année dernière.
- 54% des sondés affirment vouloir accroître leur épargne (+3pts) ; une prudence également de mise chez les Français où les intentions d'épargner grimpent à 40% (+5 pts).
- Dans l'ensemble, les Européens sont partagés entre l'envie de dépenser ou non (52% vs. 48%), même si une consommation raisonnée tend à s'imposer, en témoignent les 26% déclarant ne pas vouloir consommer alors qu'ils en ont les moyens.
- Les dépenses anticipées en matière de voyages et loisirs enregistrent une baisse conséquente (-13%) ; a contrario, celles liées aux services numériques connaissent une forte progression : abonnement à des plateformes de streaming (+5pts), consoles de jeux (+5pts), ou équipement informatique (+2pts).

TELETRAVAIL, ENSEIGNEMENT A DISTANCE, TELEMEDECINE : LE SANS CONTACT S'IMPOSE, MAIS FAIT DEBAT

- Pour près de la moitié des Européens (46%), la « vie sans contact » est symbolisée avant tout par la Covid-19 ; si les trois quarts d'entre eux (73%) estiment que cette

pratique existait déjà avant, 4 sur 10 (39%) pensent que la crise sanitaire a joué le rôle d'accélérateur de sa mise en place.

- 8 Européens sur 10 ont le sentiment que les pratiques sans contact font désormais partie de leur quotidien, et ils ne sont que 45% à apprécier ce nouveau mode de vie. Les Français (81%) figurent parmi ceux qui portent le regard le plus sévère dessus, suivis de près par les Espagnols, les Belges (80%) et les Italiens (79%), citant plus que la moyenne des évocations négatives relativement à la vie sans contact
- L'environnement s'impose comme principal bénéficiaire de la transition vers un mode de vie sans contact (54%), devant la sécurité sanitaire et la santé (44%), et devançant surtout les individus et la société en général (29% chacun) — une proportion nettement moindre estimant que ce changement profite aux liens familiaux (27%) ou encore aux relations amoureuses (18%).
- Les relations humaines restent *de facto* le talon d'Achille du sans contact : les trois quarts des sondés jugent en effet qu'il les dégrade. Une mise à distance qui se révèle source d'insatisfaction puisque seulement 44% des Européens estiment que ce type de relations fonctionne bien.
- 8 Européens sur 10 anticipent une société à 10 ans qui fera de plus en plus de place au sans contact. Ils font toutefois confiance aux entreprises (61%) et aux citoyens (61% également) pour accompagner ces nouveaux modes de vie, devant les collectivités locales et les pouvoirs publics (57%, 54% respectivement).

1ère partie : Le baromètre de l'Observatoire Cetelem

Sans surprise, il s'avère que **la crise sanitaire a fortement impacté le moral des ménages européens, globalement en net recul par rapport à 2020**. Un peu comme à l'accoutumée, le ressenti collectif est bien plus négatif — partout en Europe — que le ressenti individuel : respectivement -0,7 et -0,3 point. **Les Français**, peut-être par défiance vis-à-vis des pouvoirs publics et/ou conséquence du choix de protéger la santé avant l'économie, **comptent parmi les plus pessimistes sur la situation de leur pays avec une note de 4,4/10 (-0,9pt)**, contrairement à l'appréciation de leur situation personnelle au-dessus de la moyenne des 15 pays étudiés (5,9 vs. 5,7).

En Europe, le sentiment dominant est celui d'une stagnation du pouvoir d'achat (46%). Derrière ce chiffre se dessinent pourtant des disparités particulièrement fortes, puisque les pays d'Europe centrale perçoivent une baisse généralisée, à l'inverse des pays nordiques. Relevons la **position singulière des Français dont près de la moitié estimaient en 2019 que leur pouvoir d'achat était en baisse, et qui ne sont plus que 35% à le considérer**.

Le corollaire de cette évolution est naturellement, et presque mécaniquement **le retour à des principes de précaution individuelle avec une augmentation des niveaux d'épargne**. 54% des Européens affirment en effet vouloir accroître celle-ci (+3pts). Une prudence également de mise en France où les intentions d'épargne grimpent à 40% (+5pts).

Les Européens sont partagés sur leur envie de dépenser ou non (52% vs 48%). Si l'offre comme les possibilités de dépenser ont été restreintes, force est surtout de constater qu'une consommation raisonnée est à l'ordre du jour, puisque **26% des Européens déclarent ne pas vouloir consommer alors qu'ils en ont les moyens.**

Principal effet de la crise, les dépenses anticipées en matière de voyages et loisirs sont en forte baisse (-13pts). **Un transfert qui se fait essentiellement à l'avantage des services numériques, en forte progression :** abonnement à des plateformes de streaming (+5pts), consoles de jeux (+5pts), équipement informatique (+2pts). D'autres postes retiennent l'attention avec un peu moins d'1/4 des Européens (21%) qui envisagent l'achat d'un vélo ou l'achat d'un bien immobilier (15%, +1pt).

2ème partie : Le sans contact prend la main sur nos vies

Les représentations associées à la vie sans contact

Pour près de la moitié des Européens (46%), la « vie sans contact » est symbolisée par la crise de la Covid-19, devant le paiement sans contact (37%), les communications virtuelles (35%) ou le télétravail (33%). Une perception particulièrement élevée chez les Portugais (62%), les Italiens (60%) et les Espagnols (52%). **Les Français, après la crise sanitaire (47%), placent le télétravail en 2^{ème} position (39%) devant le paiement sans contact (35%).**

La vie sans contact suscite des sentiments mitigés, avec **une prédominance nette d'émotions négatives : près des trois quarts des Européens (73%) citent au moins un terme négatif** pour la qualifier, notamment **la solitude (43%),** terme cité en premier dans l'ensemble des pays excepté la Hongrie. Notons cependant que **58% des Européens mobilisent aussi des termes positifs** comme **la praticité (20%) et la facilité (17%).** Les Français et les Roumains (81%) sont ceux qui portent le regard le plus sévère sur la vie sans contact, suivis de près par les Espagnols et les Belges (80%) et les Italiens (79%).

La crise sanitaire, accélérateur du mode de vie sans contact

L'antériorité des pratiques sans contact est avérée pour **près des trois quarts des Européens (73%), qui considèrent que celles-ci préexistaient à la crise.** C'est dans les pays du Nord que cette opinion est la plus soutenue. Les Britanniques, les Suédois et les Allemands sont les plus nombreux à l'affirmer (88%, 82% et 79%). A l'opposé, Espagnols et Portugais ne sont qu'une petite majorité à valider (56%) ce point de vue. Français et Italiens se positionnent dans la moyenne avec respectivement 74% et 72%.

N'en reste pas moins que **près de 4 Européens sur 10 (39%) jugent le rôle d'accélérateur des pratiques sans contact sous l'effet de la crise sanitaire.** Celle-ci aurait même joué un rôle de révélateur pour certains pays latins comme l'Espagne, le Portugal et la Roumanie.

Le sans contact au quotidien ne fait pas l'unanimité

8 Européens sur 10 ont le sentiment que les pratiques sans contact font désormais partie de leur quotidien. Si ce sentiment est plutôt partagé de façon homogène, son acceptabilité peut varier selon les zones géographiques. Une forte majorité (60%) vit en effet cette nouvelle donne comme une contrainte, sensiblement en Roumanie (79%) et Bulgarie (72%), **la France**

se situant aussi au-dessus de la moyenne avec 69%. Le niveau d'acceptabilité varie aussi en fonction de l'âge et du niveau de revenus : les jeunes et les foyers aux revenus supérieurs l'acceptent plus facilement (45 % pour les 18-24 ans, 46 % pour les 25-34 ans) à l'opposé des seniors et des foyers aux revenus modestes (65 % pour les 50-64 ans, 63 % pour les 65 et plus).

Au final, **moins de la majorité des Européens (45%) apprécie ces évolutions des pratiques sans contact** avec, une fois encore, un engouement plus prononcé du côté des pays nordiques, du Royaume-Uni (56%) et de l'Allemagne (52%), mais aussi de l'Espagne (55%). Les Français quant à eux, font partie du pool de pays — avec la Belgique, la Pologne, la Slovaquie et la Bulgarie — les plus sceptiques, à 37% d'adhésion.

Une évolution aux bénéfices reconnus, mais pas pour tous et pas tout le temps

L'environnement s'impose comme principal bénéficiaire de l'évolution vers un mode de vie sans contact (54%), devançant largement les individus ainsi que la société en général (29% chacun). La sécurité sanitaire et la santé profitent également de ce changement majeur (44%), tandis que la conviction des Européens est nettement moins affirmée en ce qui concerne les liens familiaux (27%) ou les relations amoureuses (18%).

Les relations humaines restent le talon d'Achille du sans contact : les trois quarts des sondés jugent que celui-ci les dégrade. Dans des proportions élevées dans les pays d'Europe centrale (+6 à 9pts par rapport à la moyenne), un avis moins partagé au Royaume-Uni (66%) et en Allemagne (67%). Entre les deux, les pays latins, dont la France (77%), affichent des opinions plus proches de la moyenne européenne. Cette mise à distance est source d'insatisfaction puisque **seulement 44% des Européens estiment que ce type de relations fonctionne bien.**

Télétravail, enseignement à distance, télémédecine : vivre le sans contact au jour le jour

Le télétravail, soit le travail en « *full remote* », s'est imposé à bon nombre d'actifs. Et si certains pays comme la Suède ou le Royaume-Uni avaient cette pratique déjà bien installée avant la crise, d'autres comme l'Espagne ou l'Italie en étaient moins férus. Pas étonnant donc de retrouver les deux premiers cités (respectivement 79% et 72%) nettement au-dessus de la moyenne : 67%. Cela l'est plus au regard de l'enthousiasme de l'Espagne et du Portugal (73% pour chacun), où il s'agit davantage d'une nouveauté. A choisir, **41% des actifs interrogés privilégieraient un fonctionnement hybride,** soit travailler alternativement sur leur lieu de travail et depuis chez eux. Les actifs français plébiscitent à 43% le travail exclusivement au bureau, 39% en partage bureau et domicile et **presque 1 sur 5 (18%) uniquement en télétravail.**

Assurer la continuité des cours, ainsi qu'une certaine forme de cohésion sociale, en période de confinement a été l'un des enjeux majeurs de 2020. Inédite pour beaucoup, l'expérience de l'enseignement à distance s'avère globalement mitigée puisque **moins d'1 d'Européen sur 2 (45%) juge que ce système fonctionne bien.** La Suède, où cette pratique était déjà répandue, s'affiche à nouveau de loin la plus convaincue (68%). Les autres pays du Nord ainsi que l'Espagne suivent à distance.

Les Européens sont aussi 45% à estimer que la télémédecine fonctionne bien avec cependant des disparités fortes entre pays. La fracture est nette entre les pays nordiques, ainsi que la

France (53%), qui la jugent avec bienveillance, et les pays d'Europe centrale qui sont beaucoup plus critiques. La Bulgarie affiche ainsi seulement 17% d'opinions positives. Cette pratique pourrait s'amplifier dans les années à venir, puisque **près de 6 Européens sur 10 déclarent l'avoir déjà essayée ou être tenté de le faire. Les Français, eux, sont parmi les plus rétifs à franchir le pas (54%).**

Demain, notre vie sans contact ?

8 Européens sur 10 anticipent une société à 10 ans qui fera de plus en plus de place au sans contact. Une vision partagée par presque tous, excepté par la Roumanie en léger retrait (72%). Mais est-ce pour autant un futur désirable ? Entre les facilités pratiques de la vie sans contact et les frustrations sociales qu'elle engendre, **les Européens se montrent plus indécis sur leur souhait de voir ce mode de vie se développer, avec une courte majorité (53%) se disant pour.** Les plus réticents à cette évolution sont les Roumains, les Bulgares, les Italiens et les Français (44%, 45%, 45% et 47%). Les Espagnols s'y projettent les plus positivement (63%), de même que les Britanniques (60%).

Acteurs de cette société sans contact en marche, **les entreprises et les citoyens obtiennent la confiance des Européens pour accompagner ces nouveaux modes de vie (61% dans les deux cas)**, devant les collectivités locales et les pouvoirs publics (57% et 54% respectivement).



[Télécharger l'étude complète](#)

[Visionner la conférence en replay](#)

Méthodologie :

Les terrains de l'enquête consommateurs **quantitative** ont été conduits par **Harris Interactive du 27 novembre au 8 décembre 2020 dans 15 pays** : Allemagne, Autriche, Belgique, Bulgarie, Espagne, France, Hongrie, Italie, Pologne, Portugal, République tchèque, Roumanie, Royaume-Uni, Slovaquie et Suède. Au total, **14 200 individus ont été interrogés en ligne** (mode de recueil CAWI). Ces individus âgés de 18 à 75 ans sont issus d'échantillons nationaux représentatifs de chaque pays. La représentativité de l'échantillon est assurée par la méthode des quotas (sexe, âge, région d'habitation et niveau de revenus/CSP). 3 000 interviews ont été réalisées en France et 800 dans chacun des autres pays.

À propos de L'Observatoire Cetelem

Créé en 1985, l'Observatoire Cetelem est une structure d'études et de veille économique du groupe BNP Paribas Personal Finance, dirigée par Flavien Neuvy.

Dans une période de transformation profonde du commerce et des modes de consommation, l'Observatoire Cetelem a pour vocation de **comprendre les mutations de la consommation**. Pour répondre à cette exigence, l'Observatoire Cetelem a mis en place un dispositif d'observation et d'analyse fondé sur la diversité et la complémentarité de contenus avec :

- **Les Observatoires** : 2 études de référence annuelles menées au niveau international, l'une sur l'automobile à l'échelle mondiale (15 pays), l'autre sur la consommation au niveau européen (15 pays).
- **L'Œil, les nouveaux faits de consommation à la loupe**, repère les micro-faits qui préfigurent les innovations et mutations marquantes en matière de consommation.
- **Les zOOMs, les modes de vie en vue**, propose d'explorer un grand thème (l'habitat, le sport, l'éducation, la culture, le corps...) en 3 temps, sollicitant l'avis des Français au travers de 3 vagues de sondage.

www.observatoirecetelem.com | [@obs_cetelem](https://twitter.com/obs_cetelem)

À propos de BNP Paribas Personal Finance

BNP Paribas Personal Finance est leader du financement aux particuliers en France et en Europe au travers de ses diverses activités de crédit à la consommation. Filiale à 100% du groupe BNP Paribas, BNP Paribas Personal Finance compte près de 20 000 collaborateurs et opère dans une trentaine de pays. Avec des marques comme Cetelem, Cofinoga, Findomestic ou encore AlphaCredit, l'entreprise propose une gamme complète de crédits aux particuliers disponibles en magasin, en concession automobile ou directement via ses centres de relation client et sur Internet. BNP Paribas Personal Finance a complété son offre avec des produits d'assurance et d'épargne pour ses clients en Allemagne, Bulgarie, France, Italie... BNP Paribas Personal Finance a développé une stratégie active de partenariat avec les enseignes de distribution, les constructeurs et les distributeurs automobiles, les webmarchands, et d'autres institutions financières (banque et assurance) fondée sur son expérience du marché du crédit et sa capacité à proposer des services intégrés adaptés à l'activité et à la stratégie commerciale de ses partenaires.

Au service de ses clients et de ses partenaires, BNP Paribas Personal Finance s'engage à favoriser l'accès à une consommation plus responsable et plus durable.

Contact presse : Rumeur Publique

Arthur Vandekerckhove : arthur@rumeurpublique.fr | +33 6 24 35 21 38

Marie Goislard : marieg@rumeurpublique.fr | +33 6 21 23 37 75