

Levallois-Perret, le 5 février 2024

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

LE BAROMETRE CETELEM 2024 : « Inflation, pénurie d'énergie, hausse des taux d'intérêt : le pire est-il passé ? »

Une étude réalisée dans 10 pays européens auprès de 10 400 personnes

Face à la très forte inflation, près de 9 Français sur 10 ont réduit le gaspillage alimentaire

Le Baromètre Observatoire Cetelem analyse la perception et la réaction des Européens face aux crises actuelles, et plus particulièrement face à l'inflation. Des indicateurs clés pour mesurer et anticiper les perspectives d'épargne et de consommation en 2024 en Europe.

Un moral quasi stable

Le moral des Européens reste quasi stable d'une année sur l'autre. La situation de leur pays et leur moral demeurent, en effet, impactés par un contexte politico-économique difficile. Ainsi, la note sur une échelle de 1 à 10 pour décrire la situation de leur pays et celle concernant leur situation personnelle s'inscrivent toutes les deux en très légère hausse (+0,1 point) à respectivement 5 points et 6 points. Ces notes se maintiennent sous leur niveau pré-crise du Covid-19. **L'Allemagne et la France se distinguent à contre-courant avec des notes en recul sur les deux indicateurs.** Les notes allemandes enregistrent une importante baisse : - 0,5 point pour une note de 5,2 points sur 10 sur la situation du pays et une diminution de -0,3 point pour une note de 5,9 concernant leur situation personnelle. Les Français, quant à eux, établissent la perception de la situation de leur pays à 4,9 points (-0,1 point) et la confiance concernant leur situation personnelle à 5,9 points (-0,1 point).

L'inflation toujours fortement ressentie par les ménages en Europe

Si 88% des Européens considèrent que les prix ont augmenté en 2023, **ils sont 59% à penser qu'ils ont « fortement augmenté » (-10 points sur 1 an)** et 29% à estimer qu'ils ont « plutôt augmenté » (+7 points). L'inflation semble être plus fortement ressentie en Europe du Sud. Ainsi, au Portugal, en Italie et en Espagne, ils sont respectivement 81%, 65% et 65% à juger que les prix ont « fortement augmenté ». **Le couple franco-allemand reste uni** avec des perceptions similaires : 89% des personnes interrogées considèrent que les prix ont augmenté en 2023.

Même si l'inflation est moins forte qu'il y a un an, elle reste un sujet de préoccupation majeur pour tous les Européens : pour 87% d'entre eux, c'est la préoccupation la plus importante devant la situation géopolitique internationale (83%).

Pouvoir d'achat : toujours sous tension malgré un léger mieux

Si l'an passé, 53% des Européens estimaient que leur pouvoir d'achat avait baissé au cours des 12 derniers mois, ils sont 48% à le penser cette année. Par ailleurs, 19% jugent qu'il a augmenté contre 18% l'an dernier. La proportion de ceux qui disent que leur pouvoir d'achat est resté stable d'une année sur l'autre est en hausse de 4 points à 33%.

C'est au Portugal et en France que le ressenti est le plus négatif avec respectivement 58% et 55% des personnes interrogées qui disent que leur pouvoir d'achat a baissé.

Les intentions d'épargne en hausse dans quasiment tous les pays

La baisse de l'inflation et la remontée des taux incitent les Européens à davantage épargner. Ils sont 53% à vouloir mettre plus d'argent de côté en 2024 contre 51% l'an passé. Seules l'Allemagne et la Suède sont à contre-courant avec des intentions d'épargne en recul de respectivement 2 et 3 points (57%). Du côté des intentions d'achat, une bonne résistance est constatée avec 53% des Européens qui déclarent avoir « envie » de consommer en 2024. Ce chiffre se situe exactement au même niveau qu'en 2023 et laisse penser que la consommation des ménages en Europe sera résiliente en 2024 malgré des taux d'intérêts élevés et une conjoncture économique relativement faible. **Le grand gagnant de cette volonté de consommer concerne les dépenses liées aux voyages ou aux loisirs en forte hausse d'une année sur l'autre (+5%).** Les intentions d'achat dans ce secteur (59% des personnes interrogées) arrivent loin devant celles concernant les abonnements à une plateforme de streaming vidéo (41%), et celles liées à de l'électroménager (40%).

Des arbitrages sévères dans le budget des ménages européens

Place aux renoncements...

Face à l'inflation la plus forte de ces 40 dernières années, les Européens ont fait preuve d'une grande capacité d'adaptation. **Les renoncements à certaines dépenses ont été très nombreux.** 62% des Européens, dont 65% des Français, ont ainsi renoncé à des dépenses liées aux loisirs et 58% à des dépenses liées aux vacances (59% au niveau France). **En outre, 60 % des Français (54% au niveau Europe) ont restreint leurs achats de vêtements et chaussures et plus de 4 sur 10 (44% ; 37% en Europe) leurs dépenses alimentaires.** L'équipement de la maison (ameublement, électroménager, TV hifi-vidéo) a également été très ciblé dans les arbitrages des consommateurs en 2023 (53% en France et 52% en Europe).

...Mais pas seulement...

Au-delà des renoncements sur les dépenses alimentaires, les Européens ont multiplié les initiatives pour faire face à la crise inflationniste. **Ainsi, 83% des personnes interrogées déclarent avoir réduit le gaspillage alimentaire (87% au niveau France).** Et 81% affirment avoir davantage recours aux promotions et aux prix bas (79% en France). Cette tendance se confirme dans les parts de marché des enseignes de distribution alimentaire. **Enfin, 35% des Européens avouent manger moins que par le passé (41% en France).**

« Le contexte reste difficile pour des consommateurs européens qui ont fait preuve d'une grande capacité d'adaptation en 2023. La baisse progressive de l'inflation n'est pas encore

*complètement perçue. Malgré tout, le scénario central pour 2024 reste celui d'une consommation des ménages qui, sans être euphorique, restera résiliente. Il faudra surveiller les niveaux d'épargne. En effet, la hausse des taux d'intérêts pourrait inciter les Européens à augmenter leur épargne comme le confirme notre baromètre Observatoire Cetelem 2024 », conclut **Flavien Neuvy, économiste chez BNP Paribas Personal Finance.***

Méthodologie :

Etude réalisée par **Harris Interactive en novembre 2023 dans 10 pays d'Europe** : Allemagne (DE), Belgique (BE), Espagne (ES), France (FR), Italie (IT), Pologne (PL), Portugal (PT), Roumanie (RO), Royaume-Uni (UK), et Suède (SE). Au total, **10 389 personnes ont été interrogées** en ligne (mode de recueil CAWI). Ces personnes âgées de 18 à 75 ans sont issues 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). 3000 interviews ont été réalisées en France et 800 dans chacun des autres pays.

À propos de l'Observatoire Cetelem

L'Observatoire Cetelem est une structure d'études et de veille économique de BNP Paribas Personal Finance créée en 1985. Sa vocation est d'observer, éclairer et décrypter l'évolution des modes de consommation et des mobilités en France et à l'international. Pour répondre à cette exigence, l'Observatoire Cetelem a mis en place un dispositif fondé sur la diversité et la complémentarité de contenus avec 2 études de référence annuelles menées au niveau international : l'une sur l'automobile, l'autre sur la consommation.

Plus d'informations ainsi que l'ensemble des études sur le site de l'Observatoire Cetelem | @obs_cetelem

Contact presse : Rumeur Publique

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

Léo Chompré | leo.chompre@rumeurpublique.fr | +33 6 14 35 41 74