

Covid-19 : les Européens répondent à l'incertitude par la prudence

Voilà 9 mois que les Européens composent avec la crise du Covid 19 et les restrictions (confinement, couvre-feu...) qu'elle impose. La deuxième vague n'avait pas encore frappé, mais déjà les ménages affichaient une confiance bien prudente. Loin d'un optimisme de sortie de crise, l'attentisme est alors de mise comme le dévoile cette étude de [l'Observatoire Cetelem](#) réalisée dans neuf pays européens.

En amont de la sortie de son édition annuelle prévue en février prochain, l'Observatoire Cetelem a voulu prendre le pouls de neuf pays en mesurant l'impact de la crise sanitaire au niveau du moral et des dynamiques de consommation. L'étude menée par Harris Interactive début septembre est donc une photographie entre deux confinements. Elle reste pourtant révélatrice des états d'esprit de la période actuelle, et tout aussi significative de la résilience de chaque pays, du comportement individuel de chaque citoyen, et des différentes gestions de crise menées en Europe.

Le moral des Européens : entre deux confinements, un tableau protéiforme

Sans surprise, le moral des ménages européens est globalement en recul sans pour autant de décrochage majeur. Un peu comme à l'accoutumée, le ressenti collectif de la crise est bien plus négatif, partout en Europe, que le ressenti individuel (respectivement -0,5 point et -0,1 point).

Si les variations sont sensibles d'un pays à l'autre, cela semble relever de plusieurs facteurs. Le premier à l'évidence tient à la plus ou moins bonne gestion de la crise sanitaire dans chaque pays, le deuxième révèle l'efficacité des politiques d'accompagnement sociale et économique, et enfin le troisième témoigne de la bonne santé économique, avant la crise sanitaire, de chacun des pays. C'est autour de ces trois variables que se jouent véritablement les tendances à la baisse différente dans la presque totalité des pays analysés. La note moyenne européenne attribuée sur la perception de la situation du pays est de 5/10. Le cas de l'Allemagne est exemplaire (5,8/10), si la chute de la confiance en valeur relative (-0,7) est importante, cela tient d'abord à un niveau de départ de la confiance des Allemands très élevé. Qui plus est, force est de constater que l'impact sanitaire a été moindre que dans le reste de l'Europe durant la première vague de la pandémie, et que l'économie allemande s'est montrée plus solide. A l'inverse, la Belgique apparaît comme l'un des pays les plus touchés au monde en termes de mortalité Covid-19, mais paradoxalement les niveaux de confiance en valeur absolue restent élevés (5,3/10). L'Espagne, quant à elle, cumule les difficultés sur les trois paramètres : une fragilité économique originelle, une gestion hésitante de la crise sanitaire et des mesures d'accompagnement très difficiles à

financer au regard de la situation économique et sociale du pays (3,9/10). Enfin la France qui a choisi de protéger la santé des Français avant l'économie du pays reste en deçà de la moyenne européenne (4,7/10).

Le pouvoir d'achat, ici ou là, une stabilité en trompe l'œil, et partout une épargne de précaution

En Europe, le sentiment dominant est celui d'une stagnation du pouvoir d'achat (49 %). Et pourtant, derrière ce chiffre se dessinent des disparités particulièrement fortes. Alors que pour 70 % des Suédois et des Allemands le pouvoir d'achat a stagné ou augmenté, un Portugais sur deux déclare constater une baisse, un constat partagé de près par les Espagnols, les Belges et les Italiens. La France connaît une position intermédiaire avec 38 % des Français qui ont le sentiment d'une baisse. Ce qui est frappant dans tous les pays, et somme toute assez prévisible, c'est que la perception d'une hausse potentielle du pouvoir d'achat s'effondre.

Le corollaire de cette évolution perçue du pouvoir d'achat en période de crise est naturellement, et presque mécaniquement, le retour à des principes de précaution individuelle qui voit les niveaux d'épargne partout augmenter. 78 % des Européens affirment vouloir maîtriser leurs dépenses et épargner. Mise à part l'exception portugaise où plus de 9 sur 10 des citoyens souhaitent épargner plus, la presque totalité des pays affichent autour de 75 % d'intentions d'épargne. Ceci est un des révélateurs forts de cette impression d'une confiance désormais de plus en plus prudente.

Se nourrir et se loger : ces dépenses qui restent essentielles

A l'exception des pays où le pouvoir d'achat a été particulièrement protégé (Suède et Allemagne), tous les Européens considèrent que, durant cette période de crise, la part dédiée à l'alimentation (34 %) et au logement (20 %) a été largement prépondérante (vs loisirs, habillement, etc.).

S'agissant des grandes dépenses de consommation qui préexistaient, certaines se sont vues consolider – structurellement ou non ? La préférence pour la consommation de produits locaux s'est renforcée – 43 % des Européens la jugent prioritaire – au nom d'une conjugaison de facteurs comme la défense des producteurs et des emplois de proximité, la relocalisation d'activités et le souverainisme, la défense de l'environnement. Un constat chiffré qui fait montre d'un nouveau phénomène d'une consommation solidaire avec l'économie du pays.

Patricia Bosc

Editorial manager / L'Observatoire Cetelem