

News Release

Contact: Gaëlle Vilatte
Press & Communications
Tel. + 32 2 600 61 64
Email: gvilatte@deloitte.com

Noël 2009: le rebond?

Les consommateurs, moins pessimistes, pressentent une reprise en 2010 et confirment de nouveaux comportements d'achat

Bruxelles, le 12 novembre 2009. L'étude de Noël 2009 est la 12ème publication de Deloitte sur les intentions d'achat des consommateurs européens à l'occasion des fêtes de fin d'année. Cette année, l'étude couvre 18 pays. Dans un contexte économique exceptionnel, de larges échantillons représentatifs de consommateurs (17.567 personnes au total) ont été interrogés quant à leur état d'esprit et à leurs prévisions de dépenses pour les cadeaux, les suppléments d'achats alimentaires pour les repas des fêtes et les sorties.

Moins de morosité, mais la prudence reste de mise

Les consommateurs belges perçoivent un redémarrage probable de l'économie en 2010. Le sentiment d'être en récession persiste, mais est fortement atténué par rapport à l'année dernière. Ainsi, cette année, 55% des répondants déclarent avoir l'impression que l'économie est en récession, contre 87% l'an dernier.

De même, 43% 'seulement' des consommateurs (contre 75% l'an dernier) pensent que leur pouvoir d'achat a diminué.

Malgré ces améliorations de la perception de la situation économique, un sentiment d'inquiétude subsiste, et continue de brider la propension à consommer. Les consommateurs ne se départissent pas de leur prudence sur le plan des dépenses, et veillent à maîtriser leur budget. Ainsi, le budget de dépenses pour les fêtes de fin d'année devrait baisser de 2% en Belgique, et de 6,3% en Europe de l'Ouest et le budget moyen belge devrait légèrement diminué à 580 euros en 2009. A l'exception de la Suisse, il s'agit du 'meilleur' résultat de toute l'Europe Occidentale.

Des consommateurs démontrent des pratiques d'achat plus rationnelles

Après plusieurs années marquées tour à tour par la perception d'une érosion du pouvoir d'achat, puis, par la crise financière et économique mondiale, les consommateurs ont appris à adopter de nouveaux comportements. *« Un nouveau type de consommateur est progressivement apparu, qui effectue d'autres types d'arbitrage. Ce nouveau consommateur privilégie les produits 'utiles' par rapport aux produits 'futiles', préfère les produits durables, achète de façon plus réfléchie et moins impulsive, compare rationnellement les prix, et jauge la qualité des innovations sur leur contenu réel... La crise a été un facteur d'apprentissage pour les consommateurs. Ces*

comportements, plus rationnels et réfléchis, vont persister après la crise », souligne Koen De Staercke, associé responsable du secteur Consumer Business chez Deloitte.

De nouvelles pratiques d'achat émergent ou sont déjà bien ancrées : utiliser l'internet et les nouveaux médias pour trouver le meilleur prix, préférer des produits respectant le développement durable et le commerce équitable pourvu qu'ils soient vendus à un prix sensiblement égal...

Les détaillants vont se faire une concurrence acharnée pour remplir le chariot du consommateur

« Malgré ce contexte défavorable, de nouvelles surfaces de vente se sont ouvertes, de nouveaux concepts de vente sont proposés, et le recours à l'internet se développe. En résumé, l'offre des distributeurs se fragmente et croît plus vite que la demande, qui stagne. Résultat : la chasse aux clients est ouverte. Ces derniers en profiteront au travers de promotions et de prix très attrayants. En revanche, la rentabilité de certains distributeurs qui auront moins bien répondu aux attentes des clients sera mise à mal », ajoute Koen De Staercke.

Quels cadeaux pour Noël 2009 ?

Top 5 des cadeaux préférés des Belges en 2009 (en 2008) :

1. (1.) Chèques-cadeaux
2. (3.) Argent liquide
3. (4.) Livres
4. (2.) Vêtements/chaussures
5. (5.) CD/Musique

Le top 5 des cadeaux préférés des Belges reste le même qu'en 2008. On note cependant que l'argent liquide gagne une place. Quant aux chèques-cadeaux, ils conservent la tête du classement, chose unique en Europe. Près d'un Belge sur deux souhaite en recevoir pour les fêtes.

Au niveau européen, l'argent liquide et les chèques-cadeaux poursuivent leur progression. Il faut sans doute y voir le signe que le consommateur désire rester maître de ses choix ou disposer de liquidités suffisantes pour couvrir ses dépenses quotidiennes.

À propos de l'étude

L'étude de Deloitte porte sur la consommation de fin d'année dans 17 pays d'Europe et en Afrique du Sud. Au total, 17.567 personnes ont été interrogées. Une enquête comparable a été réalisée aux États-Unis. La collecte de données a eu lieu fin septembre et début octobre 2009, avec la collaboration d'un bureau d'études de marché. Cette année, deux nouveaux pays faisaient partie de l'échantillon : le Luxembourg et la Pologne. Les personnes interrogées étaient âgées de 18 ans et plus.

A propos de Deloitte

Deloitte, cabinet d'audit et de conseil de premier plan en Belgique, offre des services à haute valeur ajoutée en matière d'audit, d'expertise comptable, de conseil fiscal, de corporate finance et de consultance.

Plus de 2.400 collaborateurs répartis dans 12 bureaux conseillent des entreprises nationales et internationales, des PME ainsi que des institutions publiques et des ASBL. Le chiffre d'affaires pour l'exercice fiscal 2009 s'élève à 317 millions d'euros.

Le cabinet belge fait partie du groupe international Deloitte Touche Tohmatsu, l'un des leaders mondiaux des services professionnels, regroupant plusieurs sociétés membres indépendantes.



Nous concentrons nos efforts sur notre service à la clientèle à travers une stratégie mondiale menée au niveau local dans plus de 140 pays. Fortes d'un capital intellectuel composé de plus de 168.000 personnes dans le monde, nos sociétés membres fournissent des services dans les principaux domaines professionnels couvrant l'audit, la fiscalité, la consultance et le conseil financier. Leurs services, renommés pour leur excellence, ont déjà conquis les décideurs de la plupart des grandes enseignes internationales et nationales, publiques comme privées, et d'organisations prospères en plein essor opérant à l'échelle mondiale. Le groupe Deloitte Touche Tohmatsu a réalisé un chiffre d'affaires de 26 milliards de dollars pour l'année 2009.

Deloitte Touche Tohmatsu est une «Swiss Verein». En cette qualité, elle ne peut nullement être tenue responsable des actes et des omissions de ses membres. En effet, tous ses membres sont des entités légales séparées et indépendantes opérant sous la dénomination «Deloitte», «Deloitte& Touche», «Deloitte Touche Tohmatsu», ou d'autres dénominations afférentes. Chaque membre offre ses services à la clientèle en son nom propre, et non en celui de la Deloitte Touche Tohmatsu Verein.