

Communiqué de presse

Contact : Gaëlle Vilatte
Press & Communications
Tél. : + 32 2 600 61 64
E-mail : gvilatte@deloitte.com

La 12^{ème} Étude de Noël menée par Deloitte révèle:

Après une année de crise, le pessimisme s'estompe peu à peu

Bruxelles, le 2 décembre 2009 - Deloitte présente les résultats pour la Belgique de sa douzième étude sur le comportement des consommateurs européens en matière d'achats de fin d'année. Après une année de crise, le pessimisme s'estompe peu à peu. L'opinion des consommateurs concernant l'économie, et leur pouvoir d'achat en particulier, s'améliore lentement, ce qui contribue à un regain de confiance. La crise a néanmoins eu un impact sur le comportement des consommateurs, qui dépensent leur argent de manière plus rationnelle qu'avant. Ce comportement devrait perdurer au-delà de la crise.

Prévisions économiques : une lueur au bout du tunnel ?

Dans l'ensemble, les Européens demeurent pessimistes en matière de prévisions économiques, mais le ton se veut plus optimiste qu'en 2008. La Belgique suit cette tendance : près de 6 Belges sur 10 pensent que, même si l'économie demeure actuellement en récession, elle se stabilisera ou se redressera en 2010. Il est intéressant de noter que les consommateurs néerlandophones sont nettement plus optimistes que les francophones : 39% des néerlandophones interrogés s'attendent à une amélioration en 2010, contre seulement 24% des francophones. L'on observe aussi une différence marquée entre les tranches d'âge. Les jeunes adultes affichent manifestement une plus grande confiance quant à l'amélioration du climat économique, alors que les tranches d'âges de 45 ans et plus demeurent plus pessimistes.

Dans leur vaste majorité (6 sur 10), les consommateurs belges pensent que la situation financière de leur employeur est bonne ou raisonnablement bonne. Seule une petite minorité (1 sur 10) affiche un point de vue carrément négatif à ce sujet, tandis qu'un consommateur belge sur 4 n'a pas d'opinion. Cette dernière constatation se retrouve dans le reste de l'Europe, où de nombreux salariés/consommateurs semblent ignorer la santé financière de leur employeur. Cela explique également la confiance affichée en termes de sécurité d'emploi : 7 salariés sur 10 considèrent que leur emploi n'est pas menacé, tandis que les 3 autres ont des doutes ou ne savent pas.

L'année dernière, pas moins de 76% des consommateurs avaient signalé une diminution de leur pouvoir d'achat. Ce pourcentage est désormais passé à 43%. Koen De Staercke, *Partner and Consumer Business Industry Leader* chez *Deloitte Belgium*, explique : « *En dépit de cette amélioration, les consommateurs qui constatent toujours une érosion de leur pouvoir d'achat demeurent largement plus nombreux que ceux dont le pouvoir d'achat s'est accru (10%). Malgré le système belge d'indexation des salaires dont bénéficie une partie de la population et les tendances positives qui se dessinent au niveau des prix de l'alimentation et de l'énergie, le nombre de personnes qui ressentent encore une perte de pouvoir d'achat reste important. Le faible taux d'emploi en Belgique a bien évidemment une influence sur ce pourcentage.* »

En ce qui concerne 2010, 54% des Belges pensent que leur situation financière demeurera inchangée et 16% s'attendent à une amélioration, ce qui rend (une fois de plus) les Belges plus optimistes face à l'avenir que les autres Européens. Koen De Staercke poursuit : « *Les craintes face à la récession s'amenuisent peu à peu. Au cours de ces derniers mois, nous avons constaté qu'après avoir atteint leur niveau le plus bas, les indicateurs économiques*

essentiels sont repartis à la hausse, contribuant ainsi à une reprise de confiance chez les consommateurs. Signalons toutefois la lenteur du développement de cette tendance. »

Apparition durable de consommateurs d'un nouveau type : les acheteurs rationnels

Après plusieurs années de perception d'une érosion du pouvoir d'achat, suivie par la crise financière et économique, les consommateurs ont appris à adopter un nouveau comportement. Une fois la crise terminée, la plupart des consommateurs conserveront celui-ci. 3 Belges sur 4 interrogés ont tout simplement déclaré qu'ils ne modifieront pas leur comportement d'achat actuel une fois la crise passée.

Koen De Staercke explique : *« L'économie est en voie de redressement, mais les consommateurs sont toujours réticents à ouvrir leur portefeuille. La crise a fait apparaître une modification de leur comportement. Certaines tendances existaient déjà avant la crise, mais elles se sont accélérées. D'autres tendances sont apparues avec la crise. Tout se résume désormais à une « modification de la valeur et des valeurs ».*

La « valeur » fait référence au consommateur rationnel, bien informé et attentif au coût, chatouilleux en matière de prix et qui en veut pour son argent. Ce nouveau consommateur, qui s'est profilé au cours des deux dernières années, conservera cette attitude de manière durable.

Les « valeurs » font quant à elles référence à des thèmes tels que la responsabilité des entreprises, l'environnement, les préoccupations liées à la santé et l'approvisionnement. Les valeurs des consommateurs représentent de puissants incitants psychologiques à la prise de décision.

Pour prospérer, les distributeurs devront donc entretenir des relations différentes avec les consommateurs, et veiller à identifier en temps utile ces « changements de la valeur et des valeurs » et à agir en conséquence.

Au cours des dernières années, la focalisation sur les prix, inévitablement associée à la récession économique, a considérablement stimulé les ventes des marques propres. Les grandes marques doivent réagir à cette tendance par le biais de promotions sur les prix afin de reconquérir des parts de marché.

Achats sur Internet: la Belgique est à la traîne en Europe

Seul 57% des consommateurs belges utiliseront Internet pour leurs achats de Noël. Le recours des Belges aux achats en ligne continue donc à rester en deçà de la moyenne européenne. Les Belges qui utilisent Internet le font essentiellement pour effectuer des recherches (informations sur les produits, les prix et les points de vente). En dépit des efforts des détaillants traditionnels et en ligne pour accroître le nombre de sites de vente sur la toile, et malgré l'augmentation importante des ventes signalée par l'industrie belge du commerce électronique, aucun autre pays couvert par l'enquête n'utilise moins Internet que la Belgique dans le contexte des achats de Noël.

L'évaluation de l'offre de produits et de leur disponibilité fait apparaître une nette différence entre le consommateur européen moyen et le consommateur belge : 55% des consommateurs européens indiquent que ce point constitue un élément important de leur décision d'acheter en ligne, alors que seuls 35% des consommateurs belges sont de cet avis. L'amélioration de l'offre du commerce électronique sur le marché belge grâce à l'augmentation du nombre de sites de vente sur la toile, associée aux initiatives des autorités publiques pour accroître l'utilisation d'Internet et pour promouvoir le commerce électronique, pourrait contribuer à combler le fossé qui nous sépare des autres Européens.

Le budget de fin d'année en Belgique : pratiquement inchangé

Crise ou pas crise, 3 consommateurs sur 4 en Belgique projettent de dépenser la même somme d'argent pour les fêtes de Noël cette année que pour la même période l'année dernière. Seuls 15% parlent d'une diminution, contre 11% qui dépenseront davantage. Les restrictions porteront principalement sur les dépenses de cadeaux.

Koen De Staercke explique : *« Nous nous attendons à une légère diminution des dépenses globales pour les fêtes de fin d'année en Belgique, ce qui ramènera le total des dépenses moyennes à 580 euros, soit la quatrième diminution consécutive. La Belgique est l'un des rares pays à présenter des prévisions relativement positives. »*

Les chèques-cadeaux conservent la première place

Le consommateur belge offrira moins de cadeaux que l'année dernière (moyenne de 8 cadeaux), mais désire payer davantage pour ceux-ci (39 euros par cadeau en moyenne). 1 Belge sur 2 aimerait recevoir un chèque-cadeau, ce qui fait de la Belgique le seul pays où ce type de présent constitue le premier choix. Les chèques-cadeaux représentent non seulement le présent le plus désiré, mais également le cadeau le plus acheté en Belgique.

Le cadeau en espèces gagne encore en popularité sur la liste de vœux. Au moment de notre enquête, 20% des consommateurs belges ne savaient pas encore ce qu'ils allaient acheter comme cadeaux de Noël.

Achats de fin d'année

Quel type de cadeau aimeriez-vous le plus recevoir ? Parmi les types de cadeaux suivants, lequel pensez-vous offrir ?

<u>Top 10 en Belgique</u>	<u>2009</u>	<u>Top 10 en Belgique</u>	<u>2009</u>
Chèques-cadeaux		Chèques-cadeaux	
Argent		Livres	
Livres		CD / Musique	
Vêtements / Chaussures		Cosmétiques / Parfums	
CD / Musique		Vêtements / Chaussures	
Cosmétiques / Parfums		Ne sait pas	
Bijoux / Montres		Décoration d'intérieur	
Voyages		Aliments / Boissons	
Décoration d'intérieur		Argent	
Billets (cinéma/concert/événement sportif)		Bijoux / Montres	

À propos de l'étude

Cette étude a été menée dans dix-sept pays d'Europe occidentale et orientale, ainsi qu'en Afrique du Sud. Une enquête similaire a eu lieu aux États-Unis. Les personnes interrogées avaient 18 ans au moins. Les conclusions reposent sur des données relatives aux consommateurs obtenues lors d'une enquête menée par Deloitte en coopération avec un bureau de recherche. Le travail sur le terrain a été mené de fin septembre à début octobre 2009. En Belgique, 900 personnes ont été interrogées.

###

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 consultation.

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 consultation 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.