

ECOWEEK

N°18-15, 13 avril 2018

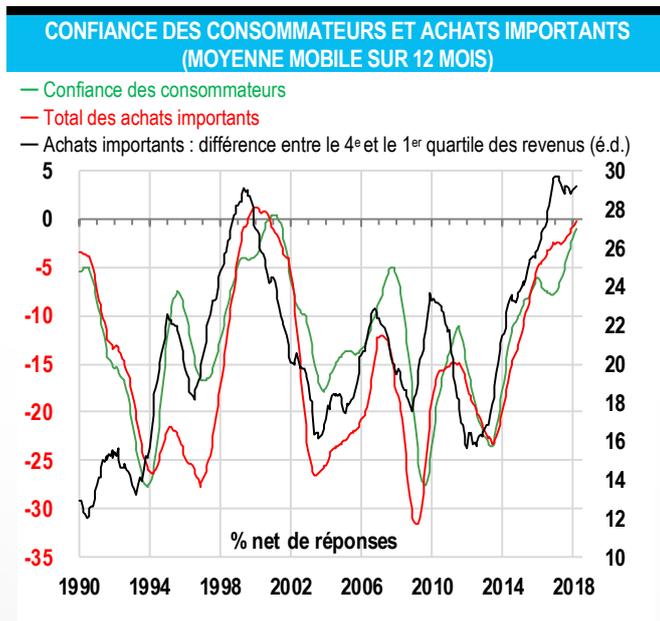
Zone euro: pic de confiance des consommateurs?

■ Les points de retournement de l'opinion des ménages sur l'opportunité de faire des achats importants précèdent ceux de l'indice global de confiance ■ La différence d'opinion concernant ces dépenses entre les ménages des quartiles de revenus supérieur et inférieur est très cyclique et les points de retournement de cette courbe précèdent ceux de la confiance des consommateurs ■ A en juger par des observations récentes, le pic cyclique de confiance des consommateurs n'est plus très loin.

Les données relatives à la confiance des consommateurs permettent d'évaluer les perspectives de dépenses des ménages. L'enquête mensuelle de l'UE menée auprès des consommateurs inclut la question de savoir si ces derniers estiment qu'il est opportun de dépenser plus ou moins en achats importants (mobilier, appareils électriques/électroniques, etc). Ces dépenses pouvant être reportées, elle devrait être plus sensible au cycle.

Comme l'indique le graphique, les pics sur l'opportunité de réaliser des achats importants ont tendance à précéder ceux de la confiance générale. L'UE donne également le détail par catégorie de revenu, ce qui permet de vérifier si elles réagissent différemment au cours du cycle. C'est effectivement le cas si on regarde la courbe noire, qui montre la différence d'opinion entre les ménages du quartile de revenu supérieur (Q4) et ceux du quartile inférieur (Q1). Ses fortes variations sont positivement corrélées à l'indicateur de confiance globale : les hauts revenus réagissent plus fortement aux fluctuations de l'environnement conjoncturel, en phase de hausse comme en phase de baisse.

En théorie, il y a plusieurs explications à cela : 1) une différence d'appréciation du contexte économique avec des ménages du premier quartile plus prudents ; 2) les ménages du quartile inférieur seraient confrontés à de plus grandes incertitudes structurelles concernant leurs revenus, ou tout au moins serait-ce leur sentiment, ce qui expliquerait pourquoi leur appréciation moyenne de l'opportunité de faire des achats importants est plus faible que celle du quartile supérieur ; 3) les ménages du quartile inférieur pourraient avoir plus de mal à financer des achats importants en puisant dans leur épargne ou en recourant au crédit. A noter que les points de retournement cycliques concernant la différence d'opinion sur l'opportunité de réaliser des achats importants ont lieu avant ceux de la série générale relative à ces achats (qui couvrent toutes les personnes interrogées) qui, à son tour, précède ceux de l'indice de confiance des consommateurs. L'évolution récente de la différence d'opinion (courbe noire) laisse penser que le point culminant de la confiance des consommateurs a été atteint ou qu'il n'est plus très loin. Un constat à prendre en compte lors de l'évaluation des perspectives de dépenses des ménages.



Sources : Commission européenne, BNP Paribas

William De Vijlder

p. 2

Revue des marchés

p. 3

Baromètre & calendrier

p. 4

Scénario économique

Eco
WEEK

DIRECTION DES ETUDES ECONOMIQUES



BNP PARIBAS

La banque
d'un monde
qui change