

les zooms

de L'Observatoire Cetelem

Thème 1 : « Du pouvoir d'achat au pouvoir de vivre : budget et gestion des dépenses à l'ère de la consommation responsable »

Enquête 1/3 – Janvier 2019 : « Nouvelle année, nouveau budget, le moral économique des Français »

Enquête réalisée par Harris Interactive en ligne du 8 au 10 janvier 2018. Échantillon de 1 018 personnes, représentatif des Français âgés de 18 ans et plus. Méthode des quotas et redressement appliqués aux variables suivantes : sexe, âge, catégorie socioprofessionnelle et région de l'interviewé(e).

*_**

Les zooms de L'Observatoire Cetelem s'intéressent aux nouveaux modes de vie et proposent d'investiguer en profondeur des grands thèmes de société, sollicitant l'avis des Français sur chacun de ces thèmes au travers de trois vagues de sondage. Les zooms viennent ainsi compléter et enrichir le dispositif d'observation et d'études de L'Observatoire Cetelem.

L'année 2019 s'ouvre en France sur un contexte social particulièrement mouvementé par des tensions entre les citoyens et leurs représentants que rien ne semble pouvoir apaiser. La crise des Gilets Jaunes, point d'orgue de ces tensions sociales, trouve son origine même dans les enjeux de pouvoir d'achat, thème récurrent et central de la vie collective. Plus précisément, il s'agit de la mise en exergue des difficultés que rencontrent les Français, au moins pour une partie d'entre eux, à concilier des injonctions contradictoires : consommer, gérer son budget, se faire plaisir, faire fonctionner l'économie Française d'une part ; responsabiliser ses achats, s'inquiéter de l'environnement, réfléchir aux impacts de la consommation sur soi et sur la planète de l'autre. Les enjeux actuels amèneraient ainsi les Français à se sentir divisés entre deux versants d'eux-mêmes, le consommateur et le citoyen, dont les inspirations et motivations peuvent parfois paraître contradictoires. Les zooms de L'Observatoire Cetelem ont choisi d'explorer les nouvelles dynamiques de gestion du budget, afin de dépasser ce clivage et de mieux comprendre la mise en pratique d'une consommation d'aujourd'hui, entre plaisir et engagement. La première vague d'étude s'intéresse ainsi au bilan budgétaire que les Français dressent de leur année 2018 en les invitant à se projeter sur l'année 2019 à venir : comment abordent-ils financièrement les 12 prochains mois ? Quels sont leurs projets ? Comment ont-ils l'intention de consommer ? Le contexte particulier de la mise en place du prélèvement à la source au moins de janvier 2019 conduit également à faire le point sur la perception que peuvent avoir les Français des conséquences de cette mesure sur leur budget.

Que retenir de cette enquête ?

→ Un bilan économique difficile pour 2018

62% des Français déclarent qu'il a été difficile pour eux d'équilibrer leur budget en 2018. Les femmes (71%) et les foyers disposant des plus faibles revenus (< à 2000€/mois, 71%) font davantage état de ces difficultés. Rétrospectivement, cette année 2018 laisse un souvenir particulièrement morose, 57% des Français estimant que leur budget a été plus difficile à maintenir à l'équilibre que les précédentes –un sentiment auquel les débats sur le pouvoir d'achat suscités par le mouvement des Gilets Jaunes ne sont pas totalement étrangers.

→ Un reste à vivre en décroissance ?

Les Français, pour 62% d'entre eux, ont ainsi le sentiment que leur «reste à vivre», c'est-à-dire le budget qu'il leur reste une fois toutes leurs dépenses contraintes effectuées (loyer, courses alimentaires, transports, etc.) a diminué en 2018. 85% n'envisagent pas d'amélioration ou anticipent de nouvelles réductions de ce budget en 2019, particulièrement les femmes ou les personnes âgées de 50 ans ou plus.

→ Une volonté de transformer sa consommation

Les Français témoignent néanmoins d'une volonté de transformer leur consommation vers un modèle plus responsable, notamment sur les questions alimentaires. 74% affirment vouloir consommer davantage de produits locaux, 73% vouloir limiter leur consommation de produits transformés et 64% vouloir consommer plus de produits en vrac, afin de réduire les emballages. 57% ambitionneraient même de réduire leur consommation de viande.

→ Le prélèvement à la source, une mesure bienvenue ?

Les Français voient majoritairement le prélèvement à la source comme une «bonne chose», participant à la «simplification» du système d'imposition. Si les Français ne sont pas tout à fait certains des effets positifs de sa mise en place pour la réduction de la dette publique (pour 39%, il ne s'agit ni d'une bonne chose, ni d'une mauvaise chose), les contribuables soumis à cet impôt, eux, soutiennent la mesure à la majorité : 54% estiment qu'il s'agit d'une bonne chose (quand 24% seulement en attendent des effets négatifs).

→ Un passage en douceur au prélèvement à la source ?

Les contribuables, souvent déjà mensualisés, envisagent la mise en place du prélèvement à la source de manière relativement douce. Pour la majorité, il s'agit d'une transition vers un modèle plus simple de prélèvement des impôts (60%) qui ne changera pas fondamentalement la gestion de leur budget au quotidien (63%) et qui est surtout susceptible de les soulager d'un stress (lié au respect des dates limites ou aux lourdes dépenses à effectuer au moment du règlement, 56%).

Dans le détail...

Un bilan économique difficile pour 2018

- **62% des Français affirment qu'équilibrer leur budget a été une affaire complexe en 2018, 16% allant même jusqu'à confier les grandes difficultés qu'ils ont pu rencontrer.** Les femmes (71%) comme les personnes issues des catégories populaires (68%) expriment un malaise financier plus prononcé encore que la moyenne, quand les hommes (45% estiment que le budget de l'année a été facile à gérer) ou les cadres et professions libérales (57%) ont tendance, eux, à témoigner d'une année sinon simple, du moins plus simple que l'ensemble (37%). **Profondément et sans grande surprise, on constate que les ressources à la disposition des foyers interrogés déterminent largement le sentiment que l'année a été ou non financièrement compliquée.** Parmi les moins aisés (moins de 1000€ nets/mois), 76% affirment avoir rencontré des difficultés. C'est le cas seulement de 26% ces foyers bénéficiant de 5000€ nets/mois ou plus, quoique cette proportion reste non négligeable.
- **Pour la plupart, cette difficile année 2018 s'inscrit dans la lignée des années précédentes (34%) ou marque une dégradation sensible : 57% estiment qu'équilibrer leur budget a été plus difficile que les années précédentes.** A nouveau, les femmes (62%), mais également les parents (62%) ou les personnes dont les revenus sont inférieurs à 2000€ nets/mois (62%) se montrent les plus touchés.
- **Dans le détail, on note que tous les pans de la vie économique des Français ont été impactés par ces difficultés, avec, en première victime, la capacité d'épargne.** 76% des Français affirment ainsi avoir eu des difficultés à épargner en 2018. Ils sont également 71% à confier que leurs projets ont pu souffrir de difficultés de financement et 65% à affirmer avoir eu du mal à se faire plaisir dans leurs achats. Populations particulièrement sensibles à ses difficultés, les femmes, les Français de 50 ans ou plus et foyers les plus modestes, qui accentuent encore ce constat.

Un reste à vivre en décroissance ?

- **Dans la lignée d'une vision largement pessimiste concernant le bilan de 2018, les Français estiment majoritairement que leur reste à vivre, c'est-à-dire le montant qu'il leur reste une fois toutes leurs dépenses contraintes (loyers, courses alimentaires, transports, etc.) effectuées a diminué cette année (62%).** Et pour la plupart, les perspectives ne semblent pas aller en s'améliorant : 53% estiment que leur reste à vivre va plutôt diminuer en 2019, 32% anticipant néanmoins une stagnation de la

situation. A nouveau, les femmes, les foyers à faibles revenus, mais également les personnes âgées de 50 ans ou plus se montrent plus enclins à considérer leur situation passée ou future, avec noirceur.

Un pessimisme qui se répercute sur les projets des ménages

- Qu'il soit le fruit d'une situation réelle ou le reflet d'un ressenti particulièrement accentué par la conjoncture sociale, le pessimisme des Français a des répercussions profondes sur leurs représentations pour l'année à venir. En **majorité, ils estiment qu'il sera encore plus difficile d'épargner, de se faire plaisir dans ses achats ou encore de financer des projets en 2019 qu'en 2018.** Les catégories les plus touchées par les difficultés en 2018 mettent encore davantage l'accent sur ce sentiment. Seuls les plus jeunes (moins de 35 ans), mais sans doute de manière plus structurelle (passage des études au monde du travail, premiers salaires ou augmentations) que conjoncturelle, se montrent un peu plus optimistes et déclarent plus que les autres que ces différentes dimensions leurs seront plus aisées en 2019.
- **Les Français commencent ainsi majoritairement l'année dans la retenue, l'envie d'investir plus dans des projets se montrant largement minoritaire.** Qu'il s'agisse d'acquérir des équipements technologiques (91% budget stable ou inférieur à 2018), d'effectuer des activités de loisirs (87%) ou encore de partir en vacances (86%), les Français se voient davantage maintenir un budget sobre et prudent. A nouveau cependant, les plus jeunes montrent une envie d'investir davantage dans des projets, avec des écarts de 16 à 22 points avec les générations âgées de 50 ans ou plus.

Une volonté de transformer sa consommation

- **Malgré le constat et les anticipations compliquées que les Français font sur leur budget, ils ne se montrent par pour autant indolents et extérieurs aux nouveaux enjeux soulevés par la consommation et semblent réellement s'interroger sur leur manière de consommer.** 74% déclarent ainsi vouloir consommer davantage de produits locaux, 73% vouloir limiter leur consommation de produits transformés, 71% réduire leur consommation d'énergies, 57% affirmant même avoir l'intention de réduire leur consommation de viande. Il y a ainsi chez les Français une véritable pénétration des enjeux d'une consommation plus responsable, qui passe par une réflexion sur l'impact de ses comportements. « Limiter », « réduire » certains comportements, sont ainsi des maîtres mots pour 2019, dans le même temps qu'émerge la promotion de nouvelles habitudes : consommer « davantage » de produits locaux ou de produits en vrac (64%).

- On constate néanmoins, derrière cette résolution à la responsabilité, **que les comportements écologiques les plus promus sont souvent également des moyens de réaliser des économies** : limiter les produits transformés, réduire la consommation d'énergies, de viandes, consommer en vrac, etc. sont en effet autant de moyens d'agir sur un pouvoir d'achat perçu comme en récession. L'économie peut ainsi être comprise comme un moteur puissant de la responsabilisation de la consommation, notamment chez les femmes ou les personnes de 50 ans et plus, populations qui font état de difficultés mais qui, dans le même temps, se montrent les plus sensibles à ces différents enjeux.
- Néanmoins, la volonté ne fait pas tout. Seuls 44% des Français indiquent leur volonté d'avoir davantage recours aux transports en commun, une part non négligeable de la population, certes, mais minoritaire, reflet des contraintes effectives (absence de transports, régions isolées, etc.) qui pèsent sur les citoyens malgré une sensibilité réelle aux enjeux économiques comme écologiques.

Le prélèvement à la source, une mesure bienvenue ?

- **Spontanément, le prélèvement à la source évoque « une bonne chose » dans l'esprit des Français**, qui en soulignent les effets positifs (simplification du système, prélèvement plus pratique, facilitation du paiement, etc.), malgré la subsistance de quelques doutes (usine-à-gaz, inutilité) et de la crainte d'erreurs au moment du nouveau calcul.
- **Alors que les contribuables à l'impôt sur le revenu verront pour la première fois l'impôt prélevé sur leur salaire à la fin du mois de janvier 2019, la majorité d'entre eux estiment qu'il s'agit, pour eux-mêmes, d'une bonne mesure (54%).** Elle laisse 22% d'entre eux indifférents (ni une bonne, ni une mauvaise chose), 24% seulement se montrant ainsi plutôt contrariés de sa mise en place (30% au sein des catégories populaires). On note que les personnes qui avaient l'habitude, jusque récemment, d'effectuer leur déclaration via formulaire papier sont parmi les plus mécontents (38%) signe que l'opposition est peut-être également en partie due à des difficultés à aborder le changement.
- Si pour eux en tant que contribuables, les Français qui paient cet impôt ont un regard plutôt positif, **les effets du prélèvement à la source sur la réduction des dépenses publiques les laissent, pour l'instant plus dubitatifs.** 40% estiment qu'il s'agit d'un élan plutôt positif, mais 39% des Français ne savent pas s'il s'agit d'une bonne ou d'une mauvaise mesure pour agir en ce sens.

Un passage en douceur au prélèvement à la source ?

- Les contribuables, souvent déjà mensualisés, envisagent la mise en place du prélèvement à la source de manière relativement douce. Pour la majorité, il s’agit d’une transition vers un modèle plus simple de prélèvement des impôts (60%) qui ne changera pas fondamentalement la gestion de leur budget au quotidien (63%) et qui est surtout susceptible de les soulager d’un stress (lié au respect des dates limites ou aux lourdes dépenses à effectuer au moment du règlement, 56%).
- Bilan à quelques semaines de la mise en œuvre effective de la réforme : bien qu’une minorité non négligeable redoute une baisse de son pouvoir d’achat suite à la mise en place de cette réforme (29% et jusqu’à 38% chez les catégories populaires), la majorité des Français (65%) estiment que le prélèvement à la source ne changera rien à leur pouvoir d’achat au quotidien.

*_**

Merci de noter que toute diffusion de ces résultats doit être accompagnée d'éléments techniques tels que : la méthode d'enquête, les dates de réalisation, la taille de l'échantillon, le nom de l'institut – Harris Interactive – et le commanditaire.

À propos Les Zooms de L’Observatoire Cetelem

Les zooms de L’Observatoire Cetelem s’intéressent aux nouveaux modes de vie et proposent d’investir un grand thème en trois temps, sollicitant l’avis des Français au travers de trois vagues de sondage.

Les zooms viennent ainsi compléter et enrichir le dispositif d’observation et d’études existant de L’Observatoire Cetelem.

www.observatoirecetelem.com / [@obs_cetelem](https://twitter.com/obs_cetelem)

Contacts presse :

Christian Yombe : christian.yombe@bnpparibas-pf.com | +33 6 38 98 71 11

À propos de Harris Interactive

Harris Interactive France est un acteur historique du marché des études.

Dirigé par ses fondateurs Nathalie Perrio-Combeaux et Patrick Van Bloeme, l’institut propose des approches innovantes, qualitatives et quantitatives, en France comme à l’international.

Animé par l’énergie de la passion, porté par l’innovation et convaincu que le marché est en pleine mutation, Harris Interactive accompagne ses clients face à leurs nouveaux challenges et repense avec eux le métier des études.

Depuis juillet 2014, Harris Interactive Europe (regroupant Harris Interactive France, Allemagne et UK) a rejoint ITWP permettant ainsi à ce groupe international d’étendre sa présence dans la filière études.

Suivez l’actualité de Harris Interactive sur www.harris-interactive.fr, [Facebook](https://www.facebook.com/harrisinteractive), [Twitter](https://twitter.com/harrisinteractive) et [LinkedIn](https://www.linkedin.com/company/harrisinteractive).

Contacts Harris Interactive en France :

Laurence Lavernhe – 5 Avenue du Château - 94300 Vincennes – Tel : 01 44 87 60 94 - 01 44 87 60 30 - llavernhe@harrisinteractive.fr

Jean-Daniel Lévy - Directeur du Département Politique & Opinion - 01 44 87 60 30 - jdlevy@harrisinteractive.fr