

Communiqué de presse

Contact : Sophie De Meyer
Press & Communications
Tél. + 32 2 600 60 21
GSM : +32 484 95 22 68
E-mail : sodemeyer@deloitte.com

Étude Deloitte Noël 2014

En Belgique, le budget des dépenses de fin d'année baisse de 3,7% par rapport à l'an dernier

La confiance du consommateur reste en veilleuse.

Les livres et l'argent cash sont les cadeaux les plus populaires.

Si les Belges se servent plus souvent d'Internet pour chercher des informations sur les produits et pour les comparer, ils restent attachés aux magasins physiques.

Bruxelles, le 20 novembre 2014. Pour la 17^e fois, Deloitte publie les résultats de son étude annuelle de Noël, qui analyse les intentions d'achat des consommateurs européens à la veille des fêtes de fin d'année. Actuellement, la confiance du consommateur est en veilleuse ; cela se traduit par une baisse de 3,7% du budget de fin d'année moyen des ménages belges, qui s'élève cette année à 488 euros. Les cadeaux les plus populaires restent les livres et le cash. Sur le plan de l'e-commerce et le m-commerce, les Belges sont en train de refaire leur retard sur les consommateurs européens.

La confiance du consommateur sous pression

La confiance du consommateur belge souffre des faibles perspectives de croissance économique dans la zone euro, d'une forte pression fiscale, des économies prévues dans l'accord gouvernemental et de la hausse du chômage. A l'exception des Britanniques, des Allemands et des Danois, la plupart des Européens interrogés voient d'un œil négatif l'état actuel et futur de l'économie. En Belgique, cela représente près de la moitié des réponses.

Le nombre de consommateurs européens convaincus que leur pouvoir d'achat recule est passé de 41% en 2013 à 46% en 2014. Ce sont surtout les aînés (45 à 64 ans) qui ont le sentiment de pouvoir dépenser moins. Alors qu'en 2013, la perception du consommateur belge s'améliorait, nous assistons au retour du pessimisme : près de 1 consommateur sur 2 déclare s'attendre à une baisse de son pouvoir d'achat.

Koen Neijens, Partner Consumer Business chez Deloitte Belgium, explique : « *Notre enquête a eu lieu au mois d'octobre, juste après l'annonce de l'accord gouvernemental. Les nombreuses mesures d'économie du nouveau gouvernement exercent un effet sur le pouvoir d'achat du consommateur. La perte de confiance en témoigne. Les mesures publiques de réduction des*

déficits affectent le budget des ménages, que cela passe par des hausses d'impôts ou des réductions des dépenses. »

En Belgique, le budget des dépenses baisse de 3,7% par rapport à l'an dernier.

En 2014, le consommateur belge prévoit de consacrer €488 aux fêtes de fin d'année, soit 3,7% de moins que l'année dernière. Ce budget se situe juste sur la moyenne des autres pays européens.

	Europe	Belgique
Budget cadeaux	265	258
Budget alimentation	160	173
Budget sorties et hobbies	62	56
Budget Noël 2014	488	488

Le pouvoir d'achat étant sous pression, les consommateurs se demandent sur quels postes de leur budget ils peuvent faire des économies. En Belgique, ils préfèrent tailler dans les dépenses irrégulières comme le mobilier ou des articles de bricolage. Les économies portent également sur les vêtements, la détente et les loisirs, et les vacances.

E-commerce et m-commerce progressent régulièrement en Europe ; la Belgique est en train de rattraper son retard

Koen Neijens poursuit : *« Le nombre de Belges qui se servent d'Internet pour chercher des informations sur les produits et pour les comparer est à présent conforme à la norme européenne, mais nos compatriotes restent toujours attachés aux magasins physiques. Seuls 21% des consommateurs belges achètent leurs cadeaux en ligne, alors que la moyenne européenne atteint 36%. Pourtant, nous observons une augmentation de 6% des achats en ligne par les consommateurs belges en comparaison avec 2012, et la tendance va vraisemblablement se maintenir. »*

Le shopping en ligne est de loin le mieux implanté au Royaume-Uni et en Allemagne, où respectivement 51% et 45% des consommateurs passent par Internet pour leurs achats. 79% des Belges préfèrent acheter leurs cadeaux dans un magasin physique, la moyenne européenne étant de 64%. Principale raison : le consommateur belge aime demander l'avis du personnel de magasin et toucher les produits. Cela dit, l'écart entre les consommateurs belges et européens s'est quelque peu resserré en 2014.

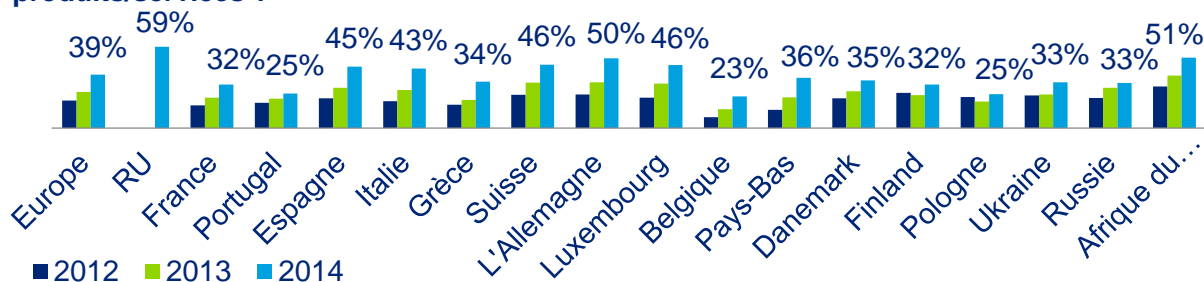
Le m-commerce (utilisation du smartphone ou de la tablette pour effectuer des achats) gagne rapidement du terrain en Europe. L'an dernier 26% des consommateurs européens utilisaient leur smartphone ou tablette pour un achat, cette année ce pourcentage a monté à 39%.

Au Royaume-Uni, en Afrique du Sud et en Allemagne, le m-commerce est déjà adopté par un consommateur sur deux. Les produits les plus achetés en ligne sont la musique, les films et les livres. Environ 30% de ces achats passent déjà par Internet. En ce qui concerne les produits technologiques, la part des achats en ligne progresse vigoureusement, de 17 à 24%.

Loin derrière, la Belgique côtoie le Portugal et la Pologne en queue de peloton. Seuls 23% des consommateurs belges se sont déjà essayés au m-commerce, contre 25% au Portugal et en Pologne. La moyenne européenne se situe à 39%.

Koen Neijens voit cependant l'avenir avec confiance : « *Les intentions des consommateurs belges d'utiliser le smartphone ne sont pas différentes de ce que l'on observe dans le reste de l'Europe occidentale.* » En 2012, 1 consommateur belge sur 5 seulement déclarait vouloir utiliser son smartphone à l'avenir. La proportion a augmenté et est passée à 1 consommateur sur 2, ce qui se situe tout à fait dans la ligne européenne. Il existe donc un réel potentiel. Ce sont surtout les consommateurs masculins et les jeunes qui penchent pour le m-commerce.

Avez-vous déjà utilisé votre smartphone/tablette pour acheter des produits/services ?



Les livres et le cash sont les cadeaux les plus populaires

Toutes les générations – de 18 à 64 ans – sont unanimes pour classer l'argent cash et les livres à la 1^e et à la 2^e place de leur liste de préférences. Suivent les voyages, les restaurants, les chèques cadeaux, les vêtements et les bijoux. Au 8^e rang, la tablette gagne pour la première fois en popularité dans la tranche d'âge des 55 à 64 ans, alors qu'elle disparaît du top 10 des consommateurs de moins de 55 ans. De nombreux consommateurs possèdent déjà une tablette. Smartphones et cosmétiques ferment la marche.

En Belgique, le livre est le cadeau le plus populaire, et détrône le chèque cadeau. Comme toujours, on observe d'importantes différences entre les desiderata des hommes et ceux des femmes. Outre les livres et le cash, les hommes demandent surtout un dîner au restaurant ou des vacances. Quant aux femmes, elles appellent de leurs vœux des livres, des chèques cadeaux, des vêtements, des chaussures, des vacances et des bijoux.

Chez les adolescents, les jeux vidéo sont les plus populaires, avec l'argent et les livres. Enfin, pour les enfants, on achète principalement des jeux vidéo, des jouets de modélisme, des livres didactiques et des livres d'expériences.

L'étude

L'étude Noël 2014 est la 17^e publication de Deloitte sur les intentions d'achat des consommateurs européens pour la période des fêtes de fin d'année. L'enquête a porté cette année sur 17 pays d'Europe et l'Afrique du Sud. Au mois d'octobre, de grandes populations représentatives des consommateurs (17.326 personnes au total) ont répondu aux questions concernant leurs projets de dépenses de cadeaux, d'alimentation et de loisirs. En Belgique, 848 personnes ont été interrogées.

À 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 et juridique, de financial advisory services et de consultance.

Plus de 2.900 collaborateurs répartis dans 10 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 2014 s'élève à 370 millions d'euros.

Le cabinet belge fait partie du groupe international Deloitte Touche Tohmatsu Limited, 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 150 pays. Fortes d'un capital intellectuel composé de plus de 210.400 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 Limited a réalisé un chiffre d'affaires de 34.2 milliards de dollars pour l'année fiscale 2014.

Deloitte fait référence à un ou plusieurs cabinets membres de Deloitte Touche Tohmatsu Limited, société de droit anglais (« private company limited by guarantee »), et à son réseau de cabinets membres constitués en entités indépendantes et juridiquement distinctes. Pour en savoir plus sur la structure légale de Deloitte Touche Tohmatsu Limited et de ses cabinets membres, consulter <http://www.deloitte.com/about>.