



2. ANALYSES

2.1 ENQUÊTE DE CONJONCTURE AUPRÈS DES MÉNAGES – EXAMEN DES INTENTIONS DES MÉNAGES EN TERMES D'ACHAT DE BIENS D'ÉQUIPEMENT (MEUBLES, APPAREILS ÉLECTRO-MÉNAGERS, ETC.)⁵⁶

L'objectif de l'enquête auprès des consommateurs, menée au Luxembourg par la BCL, est de sonder les ménages sur leurs intentions et leurs perceptions (en termes d'opportunité et de capacité) en matière de dépenses de consommation et d'épargne.

Pour ce faire, quatre thèmes sont intégrés dans le questionnaire, à savoir : la situation économique générale, la situation financière personnelle et la capacité d'épargne, les intentions en matière d'achat de biens de consommation durables et enfin, les intentions en matière d'achat/de construction ou d'amélioration du logement.

Toutes les questions posées au Luxembourg sont en ligne avec le programme harmonisé d'enquêtes de conjoncture de la Commission européenne. Les méthodes d'agrégation des réponses individuelles sont aussi en ligne avec celles adoptées par la Commission européenne.

La question 9 fait partie du volet « intentions en matière d'achat de biens de consommation durables ». L'objectif de cette analyse est de fournir une interprétation générale des évolutions de ces intentions afin d'améliorer leur grille de lecture et leur utilisation à des fins de prévision.

1. Intitulé de la question

Chaque mois, un échantillon de 500 résidents, représentatif de la population totale du Luxembourg, est invité à répondre à la question suivante :

Question 9ⁱ : Par rapport aux 12 mois passés, avez-vous l'intention au cours des 12 prochains mois de dépenser pour l'achat de biens d'équipement (meubles, appareils électroménagers, etc.) :

- beaucoup plus ? (++) ; - un peu plus ? (+) ; - autant ? (=) ; - un peu moins ? (-) ; - beaucoup moins ? (--)
- vous ne savez pas ?

2. Synthèse des réponses individuelles

Les consommateurs interrogés doivent choisir l'une des cinq réponses (++ , + , = , - , ou --) ou ne pas répondre s'ils ne le savent pas. Le mode d'agrégation des réponses individuelles pour synthétiser les données et disposer chaque mois d'un résultat unique résulte de la construction de soldes d'opinion. Chaque mois, le solde d'opinion est obtenu en déduisant du pourcentage des réponses « positives » (la pondération des réponses « ++ » qui est de 1, étant le double de celle des réponses « + », à savoir 0,5) le pourcentage des réponses « négatives » (la pondération des réponses « -- », 1, étant le double de celle des réponses « - », 0,5). Cette méthode d'agrégation, qui est celle choisie par la Commission européenne, ne tient donc pas compte des réponses « je ne sais pas », et « autant ».

⁵⁶ Analyse rédigée par Muriel Nguiffo-Boyom, économiste au département Économie et Recherche.

3. Comparaison des réponses avec les autres composantes de l'indicateur de confiance des ménages

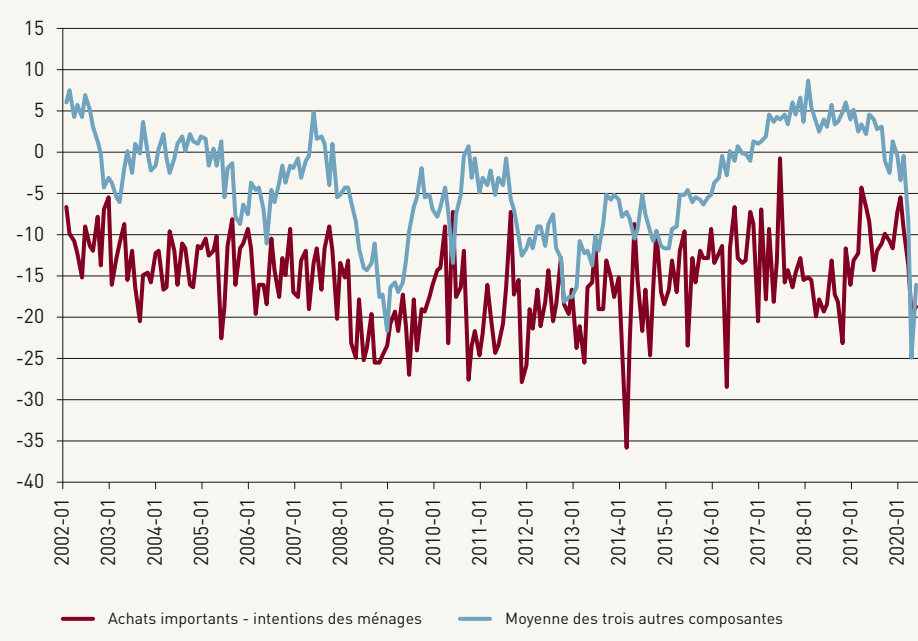
Le solde d'opinion calculé sur la base des réponses des consommateurs à la question 9 constitue l'une des quatre composantes de l'indicateur de confiance des ménages. Les trois autres composantes sont les réponses des consommateurs relatives à leur situation financière passée et leurs anticipations portant sur, d'une part, sur la situation économique générale au Luxembourg et, d'autre part, sur leur situation financière personnelle.

Le graphique ci-dessous représente d'une part le solde relatif à la question 9 et, d'autre part, la moyenne des trois autres composantes. Les intentions des ménages en matière d'achats importants sont corrélées à hauteur de 42 % avec la moyenne des trois autres composantes de l'indicateur de confiance des ménages. En dépit de cette relative corrélation, il y a des sous-périodes où les intentions des ménages en matière d'achats importants semblent avoir été moins durement touchées que les trois autres composantes.

4. Objectif ex ante de la question

L'objectif de la question est d'identifier les intentions des ménages en termes de dépenses importantes au cours des douze prochains mois.

Graphique 1
Intentions des ménages en matière d'achats importants (solde d'opinion) et moyenne des trois autres composantes de l'indicateur de confiance des ménages



Source : BCL

D'un point de vue statistique, ces dépenses font référence aux achats de biens durables. Le système européen des comptes SEC 2010 distingue les biens durables des autres biens de consommation courante (comme l'alimentation ou les vêtements par exemple) du fait de leur durée d'utilisation qui est supérieure à une annéeⁱⁱ.

Le manuel du SEC 2010 fournit une liste détaillée des biens durables (voir les pages 586 et 587). Il en ressort que les dépenses de consommation totale en biens durables comprennent les automobiles, les téléviseurs, le gros électro-ménager (réfrigérateurs, congélateurs, lave-linge), les meubles et les autres biens durables (matériel téléphonique, lecteurs de DVD, lave-vaisselle, appareils de cuisson, caravanes, cycles et motocycles).

Dans le langage courant, les dépenses des ménages liées à certains de ces biens sont parfois décrites comme des dépenses en biens d'équipements ou en « biens d'équipements du foyer » par opposition aux biens dits « de première nécessité »ⁱⁱⁱ.

D'un point de vue économique, la consommation de biens durables se distingue sans doute de la consommation d'autres biens et services.



En effet, comme souligné dans plusieurs études de banques centrales^{iv}, les décisions d'acquisitions de biens durables se rapprochent plus des décisions d'investissement que de celles relatives aux autres biens et services, pour au moins deux raisons. Premièrement, le caractère durable d'un bien offre aux consommateurs une utilité sur plusieurs périodes ; et, deuxièmement, son prix d'achat est relativement élevé par rapport à des biens de consommation plus courante. Il s'ensuit que les dépenses en biens durables sont plus sensibles aux chocs, comme par exemple des variations inattendues de revenus, que les autres biens.

De plus, certains biens durables particuliers peuvent être très sensibles aux mesures fiscales – incitatives ou dissuasives – les concernant. La dynamique des achats d'automobiles, par exemple, a été fortement influencée par les divers dispositifs de primes à la casse ou de changements de normes écologiques – impliquant un relèvement de la fiscalité de certains véhicules –. Ce constat est apparent au vu notamment des statistiques relatives aux nouvelles immatriculations automobiles, que ce soit au Luxembourg ou au niveau de la zone euro.

Enfin, de par leurs prix relatifs élevés, certains biens durables sont – relativement plus fréquemment – financés par l'emprunt ou le recours à l'épargne personnelle. Pour finir, ces dépenses devraient théoriquement pouvoir être retardées sur simple décision, contrairement à la plupart des biens de première nécessité.

5. Classification des dépenses de consommation des ménages

Les dépenses de consommation des ménages sont constituées de leurs achats en biens et services.

Ces dépenses sont généralement présentées selon la nomenclature COICOP (*Classification of Individual Consumption According to Purpose*), la classification des fonctions de consommation des ménages. Cette classification décompose les dépenses en ses 12 principales divisions que sont : produits alimentaires et boissons non alcoolisées ; boissons alcoolisées et tabac ; articles d'habillement et chaussures ; logement, eau, électricité et combustibles ; ameublement, équipement de ménage et entretien ; santé ; transports ; communications ; loisirs, spectacles et culture ; enseignement ; hôtels, cafés, restaurants ; et, biens et services divers. Les données y relatives sont publiées par le STATEC, mais elles ne sont disponibles qu'à fréquence annuelle et, de ce fait, ne se prêtent pas à cette analyse^v.

Les dépenses de consommation peuvent aussi être classées selon la durabilité du bien consommé. En sus de la consommation des services, il y a trois grandes catégories de dépenses de consommation en biens des ménages.

Les biens durables peuvent être utilisés à des fins de consommation de façon répétée ou continue au cours d'une période d'un an ou plus (automobiles, mobilier, réfrigérateurs, autres gros appareils ménagers, etc.).

Les biens semi-durables ne disparaissent pas immédiatement mais doivent être remplacés après un certain temps (vêtements, pneus, petits matériaux électroniques, jeux, jouets, articles de sport, etc.). Ces biens diffèrent des biens non durables en ce qu'ils peuvent être utilisés de manière répétée ou continue sur une période supérieure à un an. Ils diffèrent des biens durables en ce sens que leurs durées de vie attendues, bien que supérieures à un an, sont souvent significativement plus courtes et que leurs prix d'achat sont nettement inférieurs.

Les biens non-durables disparaissent après leur première utilisation (alimentation, boissons, pétrole, etc.).

Cette nomenclature, qui sera utilisée dans la suite de cette analyse^{vi}, correspond à celle du STATEC. Elle est en outre conforme aux définitions adoptées par Eurostat.

Soulignons que le passage de la nomenclature COICOP à la classification de durabilité n'est pas direct. Ainsi, la consommation de biens durables est composée des biens de la classification COCOP appartenant aux catégories suivantes : ameublement, équipement de ménage et entretien ; santé (il s'agit exclusivement des appareils et matériels thérapeutiques) ; transports ; communications ; loisirs, spectacle et culture ; et, biens et services divers (bijoux et horlogerie).

6. Caractéristiques des dépenses de consommation des ménages

Les données relatives aux dépenses de consommation des ménages qui vont être utilisées sont disponibles en volume (et en valeur), corrigées des jours ouvrés et des variations saisonnières et à fréquence trimestrielle depuis le premier trimestre 1995. Elles sont détaillées en quatre catégories : biens durables, semi-durables, non-durables et services.

Ces séries reprennent les dépenses de consommation totales sur le territoire, donc pas seulement la consommation des résidents, mais aussi la consommation des non-résidents. Ceci importe dans la mesure où l'enquête de conjoncture est uniquement menée auprès des ménages résidents. En théorie, la couverture géographique différente pourrait être la cause d'une relation imparfaite entre, d'une part, les enquêtes et, d'autre part, les dépenses effectives des ménages. En pratique, cet effet est sans doute négligeable puisque la consommation des non-résidents sur le territoire concerne moins les biens durables, mais surtout les boissons alcoolisées, le tabac, les produits pétroliers et aussi les dépenses pour l'hôtellerie et la restauration.

Le tableau 1 présente des statistiques relatives à ces séries.

Au niveau agrégé, il apparaît que les dépenses en biens durables ne représentent qu'une part minimale (8 %) des dépenses de consommation totales, dont la proportion reste toutefois comparable à celle observée en moyenne dans la zone euro (autour de 10 %). Il s'agit du poste le plus faible avec celui des dépenses en biens semi-durables, ce dernier poste représentant en moyenne 8,8 % des dépenses sur la période 1995-2019^{vii}.

Depuis 1995, les variations annuelles des dépenses de consommation en biens durables ont été en moyenne plus fortes et plus volatiles que toutes les autres dépenses de consommation. Le comportement de consommation des ménages a aussi évolué depuis la crise.

Ainsi, entre 1995 et 2007, les dépenses en biens durables ont progressé à un rythme annuel moyen de 4,7 % (avec un écart-type de 4,1), contre 2,5 % (avec un écart-type de 3,5) pour les autres dépenses.

Depuis la crise financière, les ménages ont sensiblement revu leurs habitudes en termes de dépenses. Les dépenses en biens durables ont progressé en moyenne à un rythme de 1,1 %, soit deux fois moins rapide que celui observé en moyenne pour les autres dépenses sur la même période. Par ailleurs, l'écart entre les volatilités des dépenses en biens durables et des autres dépenses s'est fortement accru par rapport à la période d'avant-crise. En résumé, depuis la crise financière, les dépenses des ménages en biens durables progresseraient en moyenne moins vite et, d'autre part, seraient plus variables d'un trimestre à l'autre.

Ce dernier résultat pourrait suggérer que les ménages seraient devenus plus réactifs aux mesures fiscales et autres chocs exogènes et/ou que ce type de dépenses est désormais plus cyclique, *ceteris paribus*. Depuis la crise financière, il y a notamment eu plusieurs ajustements de la fiscalité qui ont

touché les biens durables. Il s'agit par exemple de la hausse de 2 p.p. des taux de TVA entrée en vigueur en janvier 2015 ou des diverses mesures fiscales – incitatives – portant sur les acquisitions de certains types de véhicules.

Tableau 1 :

Principales caractéristiques des dépenses de consommation des ménages

	BIENS DURABLES	AUTRES (BIENS SEMI-DURABLES ET NON-DURABLES ET SERVICES	TOTAL (BIENS DURABLES + AUTRES)
Parts de la consommation totale (en %)	8,2	91,8	100
Variation moyenne (%)	2,9	2,3	2,4
Écart-type	5,6	2,8	2,8
Avant-crise 1995T1-2007T4			
Parts de la consommation totale (en %)	8,4	91,6	100
Variation moyenne	4,7	2,5	2,7
Écart-type	4,1	3,5	3,4
Après-crise 2008T1-2019T2			
Parts de la consommation totale (en %)	8,1	91,9	100
Variation moyenne	1,1	2,2	2,1
Écart-type	6,2	1,8	2,0

Sources : STATEC, calculs BCL

7. Les séries de référence pour les dépenses de consommation des ménages en biens durables

Le STATEC publie plusieurs séries statistiques qui peuvent être utilisées comme série de référence de ces dépenses importantes. Pour la suite de cette analyse, cinq séries de référence vont être utilisées.

D'abord, il s'agit des dépenses de consommation des ménages dont la ventilation permet d'isoler les biens durables des autres biens et services. Plus précisément, les dépenses de consommation sur le territoire luxembourgeois (ménages résidents et non-résidents) en volume, corrigées des variations saisonnières et des jours ouvrés, en biens durables d'une part (C_Dur), et hors biens durables (c'est-à-dire biens semi-durables, non-durables et services) d'autre part (C_Hordu), sont utilisées. Il s'agit de la décomposition du STATEC qui a été décrite dans la section précédente.

Puis, les données annuelles de la comptabilité nationale montrent que les dépenses de transports représentent le second poste de dépenses le plus important des dépenses de consommation finale des ménages, après celles dédiées au logement au sens large. Parmi ces dépenses, l'achat d'un véhicule personnel compte pour approximativement un tiers (ou approximativement 5 % des dépenses totales). Bref, l'achat d'un véhicule – un bien durable – constitue généralement la dépense la plus importante pour un ménage, après l'acquisition d'un logement. De ce fait, les nouvelles immatriculations automobiles seront utilisées comme série de référence. Il s'agira plus précisément de la série des nouvelles immatriculations de voitures particulières et voitures à usage mixte neuves (Immat), qui présentent le double avantage d'être disponibles mensuellement et non révisées.

Finalement, deux séries statistiques relatives aux chiffres d'affaires dans le commerce de détail seront utilisées : la première concerne les ventes au détail d'équipements audio/vidéo et de l'information et de la communication en magasin spécialisé (V_Autic) et, la seconde, les ventes au détail des autres équipements du foyer (meubles, électroménagers, tapis, etc...) en magasin spécialisé (V_Foyer).

Les cinq graphiques ci-dessous représentent les données de l'enquête de conjoncture avec chacune des cinq séries de référence.

Plus précisément, les graphiques 2 et 3 comparent les soldes d'opinion calculés à partir des réponses à la question 9 de l'enquête de conjoncture au cours du premier mois du trimestre^{viii} avec les variations annuelles des dépenses de consommation des ménages respectivement en biens durables et hors biens durables. Les séries statistiques relatives à ces dépenses de consommation sont exprimées en volume, désaisonnalisées et corrigées des effets de calendriers. Elles correspondent aux dépenses effectuées par les ménages résidents et non-résidents du Luxembourg.

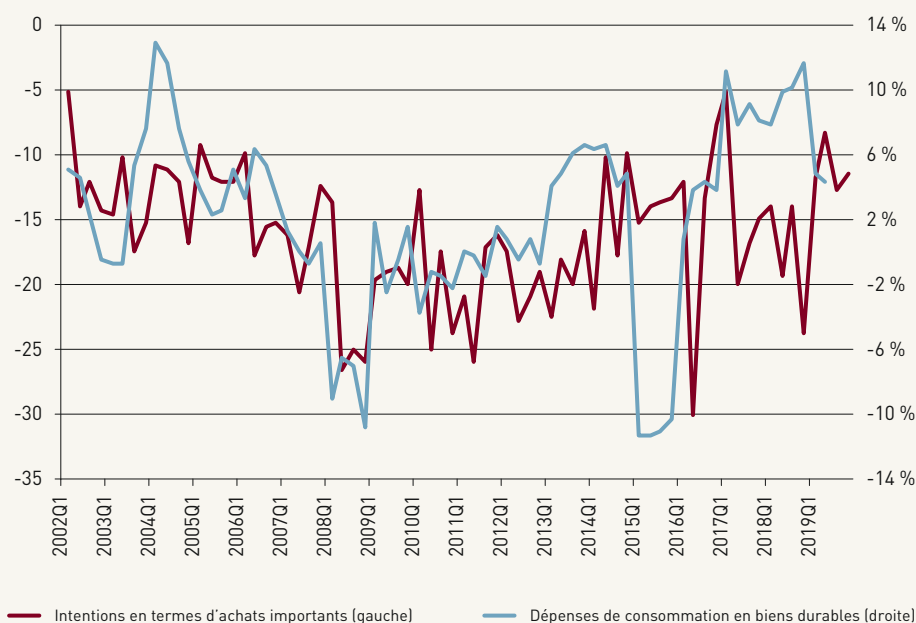
Rappelons que l'enquête de conjoncture est, pour sa part, effectuée auprès des seuls ménages résidents, ce qui signifie que son champ de couverture est plus limité que celui des dépenses et, de manière plus générale des cinq séries de référence utilisées dans cette analyse.

Il n'en demeure pas moins qu'une relation positive entre les intentions des ménages en matière d'achats importants au cours des douze prochains mois et les dépenses de consommation en biens durables semble exister, même si, il est vrai, des décrochages entre les deux courbes sont apparents en 2015 et, plus récemment, depuis 2017 (graphique 2).

Le lien semble en revanche plus lâche – voire inexistant – entre ce même solde d'opinion et les dépenses de consommation des

Graphique 2

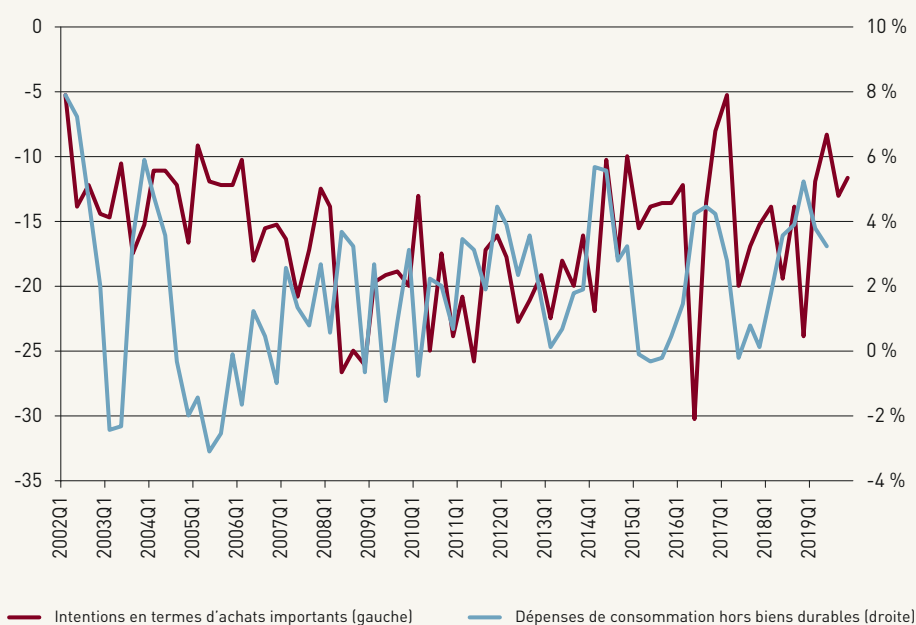
Intentions des ménages en matière d'achats importants (solde d'opinion, échelle de gauche) et dépenses de consommation en biens durables (taux de variation annuel, échelle de droite)



Sources : BCL, STATEC

Graphique 3

Intentions des ménages en matière d'achats importants (solde d'opinion, échelle de gauche) et dépenses de consommation hors biens durables (taux de variation annuel, échelle de droite)



Sources : BCL, STATEC

ménages hors biens durables (graphique 3), ce qui semble logique vu que la question de l'enquête porte sur les biens durables.

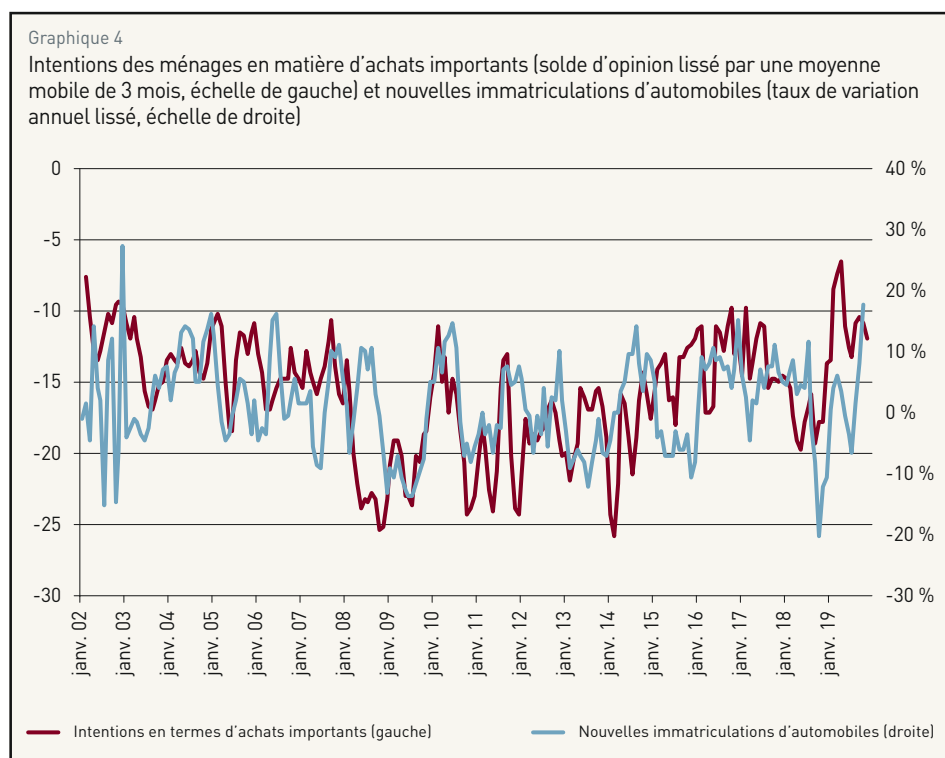
Quelques faits méritent d'être mentionnés pour étayer l'analyse.

En 2015, la hausse généralisée de 2 points de tous les taux de TVA à l'exception du taux super-réduit a coïncidé avec une chute des dépenses de consommation comme illustré dans les graphiques 2 et 3. Le relatif dynamisme des dépenses de consommation en 2014 suggère que les consommateurs avaient non seulement anticipé ce changement de fiscalité, mais aussi dépensé de manière rationnelle d'un point de vu calendaire. En effet, l'annonce de la mesure au printemps 2014 et avec effet au 1^{er} janvier 2015 a pu avoir un impact sur les enquêtes (voir le graphique 1). Curieusement, ce choc fiscal ne semble pas avoir eu d'impact visible dans les réponses des consommateurs aux enquêtes de 2015, alors qu'un effet négatif sur les dépenses de consommation de biens durables est clairement visible en 2015.

On peut par ailleurs relever que les mesures d'allègements fiscaux de 2017 (annoncées au 1^{er} trimestre 2016 et entrées en vigueur au 1^{er} janvier 2017, concomitamment avec une nouvelle tranche d'indexation des salaires) semblent avoir eu des impacts nuancés sur la consommation de biens durables et le solde d'opinion. Ces mesures ont eu une incidence favorable et pérenne sur les dépenses de consommation de biens durables – qui ont enregistré une progression de l'ordre de 10 % au premier trimestre 2017, ce qui constitue la hausse la plus importante depuis le troisième trimestre 2004 – alors que les intentions d'achats ont rejoint leur niveau record au premier trimestre 2017 avant de replonger dès le trimestre suivant. Ces évolutions au cours de l'année 2017 pourraient sembler surprenantes puisque, contrairement aux trois autres composantes de l'indicateur de confiance des ménages, ces intentions n'ont pas présenté de profil ascendant au cours de l'année 2017. Il convient néanmoins de relativiser dans la mesure où les intentions d'achats des consommateurs sont structurellement plus erratiques

que les trois autres composantes de l'indicateur de confiance (voir le graphique 1).

Sur les trois graphiques 4 à 6, les données de base sont de fréquence mensuelle et elles ont été lissées, ce qui permet de réduire leur volatilité et d'augmenter la lisibilité des graphiques. Il apparaît clairement que le bond des immatriculations automobiles et de la vente des autres équipements du foyer fin 2014 – qui a conduit à des taux de croissance records – a été lié à la hausse des taux de TVA entrant en vigueur au 1^{er} janvier 2015. Cette flambée des ventes (fin 2014) ne s'est toutefois pas manifestée au niveau des ventes d'équipements audio/vidéo et de l'information et de la communication (graphique 5), ce qui est quelque peu surprenant.



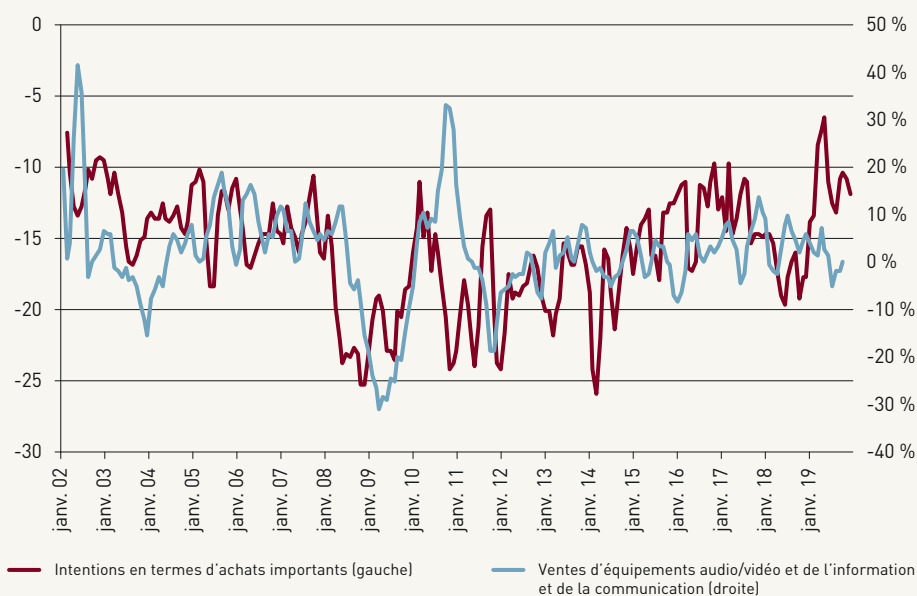
Sources : BCL, STATEC

À ce propos, quelques remarques s'imposent. Les comportements tactiques des consommateurs, qui reviennent à planifier certaines dépenses en fonction des dates d'entrées en vigueur de mesures fiscales impactant certains produits (hausse de TVA par exemple) ou certains revenus (changement de la fiscalité des revenus du travail ou du capital) pourraient ne pas être homogènes suivant les individus bien sûr, mais aussi suivant le type de produit.

Si l'on exclut les mesures spécifiques (qui touchent un type particulier de biens ou de services, comme c'est le cas avec les incitations fiscales en faveur de certains véhicules par exemple), alors il se pourrait que les déterminants des stratégies de certaines dépenses de consommation en biens durables incluent d'autres facteurs que ceux plus traditionnels liés à la fiscalité ou aux revenus par exemple. Une analyse du CREDOC publiée en 1998^{ix} mettait l'accent sur les comportements tactiques (report d'achat) guidés par anticipation d'amélioration technologique future. Aujourd'hui, il se pourrait que les dates d'achat de certains biens durables à haute valeur technologique (smartphone, tablette) soient aussi guidées par des événements autour de l'ouverture d'une boutique ou du lancement d'un nouveau modèle. L'obsolescence programmée de certains biens pourrait aussi avoir une influence sur les comportements tactiques liés à certains biens durables.

Graphique 5

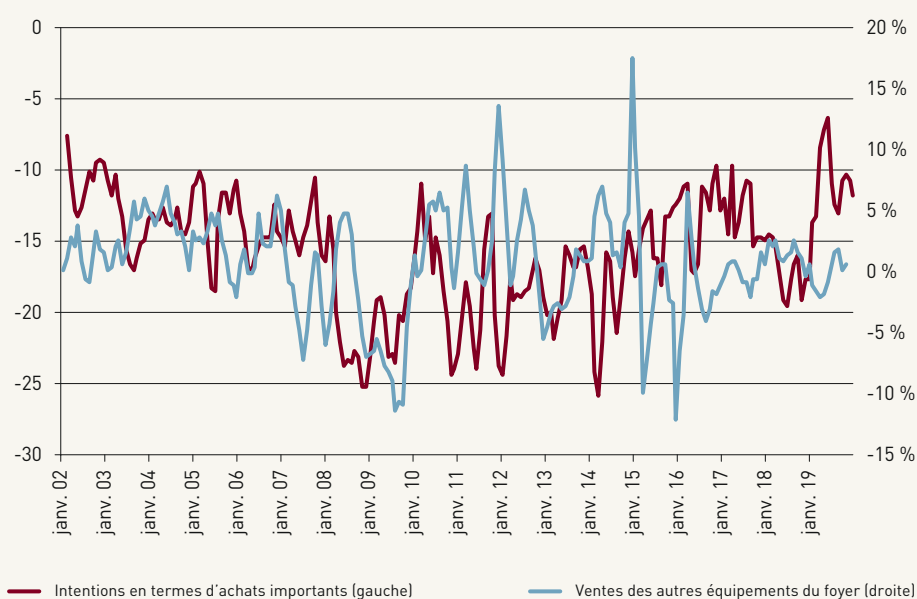
Intentions des ménages en matière d'achats importants (solde d'opinion lissé par une moyenne mobile de 3 mois, échelle de gauche) et ventes d'équipements audio/vidéo et de l'information et de la communication (taux de variation annuel lissé, échelle de droite)



Sources : BCL, STATEC

Graphique 6

Intentions des ménages en matière d'achats importants (solde d'opinion lissé par une moyenne mobile de 3 mois, échelle de gauche) et ventes des autres équipements du foyer (taux de variation annuel lissé, échelle de droite)



Sources : BCL, STATEC



8. Analyse empirique

L'analyse graphique n'a, de manière générale, pas été concluante pour identifier l'existence ou non de relations entre le solde d'opinion et chacune des séries de référence. Cette approche est aussi largement qualitative et le recours à des approches quantitatives est indiqué afin de préciser la nature de ces relations par des indicateurs et tests objectifs : tel est le but de cette section.

Dans un premier temps, les corrélations contemporaines entre les données issues de l'enquête et chacune des cinq séries de référence sont calculées. Des décalages de 1 à 12 mois entre les séries sont ensuite introduits dans ces calculs de corrélations.

Dans un second temps, des tests de causalité dits « de Granger » sont utilisés pour déterminer l'existence ou pas de relations, dites de causalité, entre, d'une part, les intentions des ménages en matière d'achats importants au cours des douze prochains mois et, d'autre part, chacune des cinq séries de référence à savoir : les dépenses de consommation en et hors biens durables (C_Dur et C_Hordu), les immatriculations automobiles (Immat), les ventes d'équipements audio/vidéo et de l'information et de la communication (V_Autic) et les ventes des autres équipements du foyer (V_Foyer). Au moyen de régressions linéaires, le pouvoir prédictif des intentions des ménages en matière d'achats est testé, de même que le caractère déterminant ou pas de chacune des cinq séries de référence sur la formation des intentions des ménages en matière d'achats importants.

Un objectif sera par exemple de déterminer d'une part, si les évolutions des dépenses de consommation passées des ménages sont intégrées par les consommateurs pour la formation de leurs opinions sur les intentions d'achats en biens importants ; et, d'autre part, si ces intentions peuvent s'avérer utiles pour la prévision des dépenses de consommation effective de ces ménages (mesurées par les variations annuelles des dépenses de consommation en et hors biens durables).

9. Résultats empiriques

Pour le calcul des corrélations et des tests de causalité, les taux de variation annuels sont utilisés pour toutes les séries de référence. Le recours à ces transformations statistiques est nécessaire pour rendre ces séries stationnaires, ce qui est une condition nécessaire pour ces calculs et tests statistiques.

Les intentions d'achats en biens importants sont stationnaires sur la période d'étude et donc utilisées en niveau.

Les coefficients de corrélation contemporaine figurent dans le tableau 2 ci-dessous. Comme le graphique 1 l'a déjà indiqué, il existe une certaine corrélation (0,24) entre les intentions des consommateurs en matière d'achats importants (Q9) et les dépenses en biens durables (C_Dur).

En revanche, ces intentions ne sont nullement corrélées aux dépenses de consommation hors biens durables (C_Hordu). Les immatriculations automobiles (Immat) et les ventes d'équipements audio/vidéo et de l'information et de la communication en magasins spécialisées (V_Autic) sont faiblement corrélées au solde d'opinion, contrairement aux ventes des autres équipements du foyer qui ne sont pas du tout corrélées au solde d'opinion (V_Foyer).

Tableau 2 :

Coefficients de corrélation contemporaine entre le solde d'opinion et les séries de référence

RÉPONSES DES CONSOMMATEURS \ SÉRIES DE RÉFÉRENCE	C_DUR	C_HORDU	IMMAT	V_AUTIC	V_FOYER
Q9	0,24	-0,05	0,14	0,11	-0,03

Sources : STATEC, calculs BCL

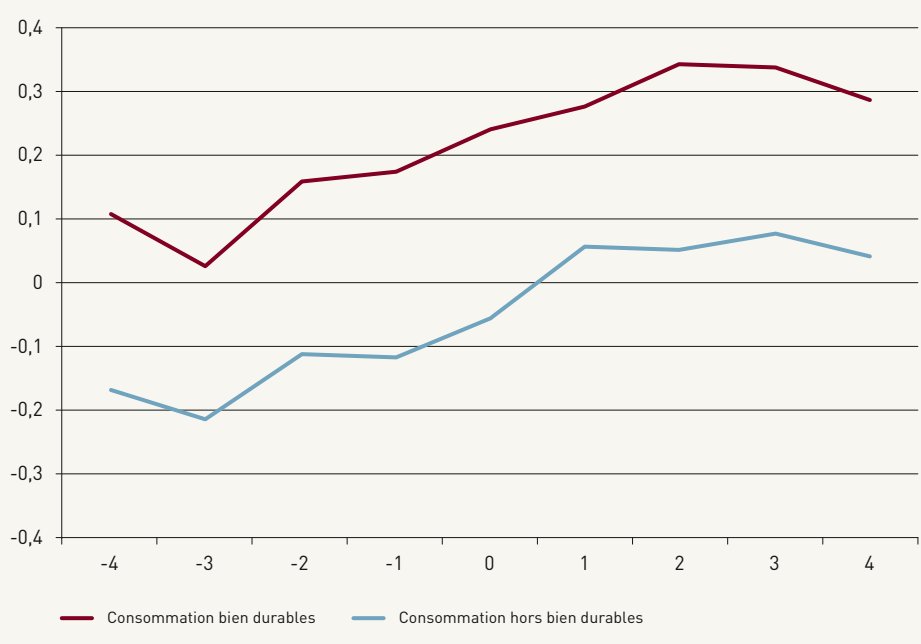
Le graphique 7 ci-dessous présente les coefficients de corrélation entre le soldes d'opinion et, d'une part, les dépenses de consommation en biens durables et, d'autre part, hors biens durables. Ces dernières ont été avancées et retardées de 0 à 4 trimestres. Le graphique 8 présente les coefficients de corrélation entre le solde d'opinion et les trois séries mensuelles (nouvelles immatriculations d'automobiles et les deux séries de ventes dans le commerce de détail) respectivement avancées et retardées de 0 à 12 mois.

Ces résultats indiquent que par rapport aux séries de référence trimestrielles, les réponses des ménages sont en général davantage liées au passé qu'au futur puisque les coefficients de corrélation apparaissent en moyenne plus élevés lorsque les réponses sont retardées de 1 à 4 périodes (valeurs positives sur l'axe des abscisses du graphique 7) par rapport aux dépenses de consommation plutôt qu'avancées de 1 à 4 périodes par rapport à ces mêmes dépenses de consommation (valeurs négatives sur l'axe des abscisses du graphique 7).

La corrélation maximale entre les dépenses de consommation en biens durables (en t) et les réponses des consommateurs est atteinte (0,34) lorsque ces dernières sont retardées de 2 trimestres ($t+2$).

Les dépenses de consommation hors biens durables ne présentent quant à elles aucune corrélation perceptible avec les intentions des ménages en termes d'achats importants. La corrélation maximale en valeur absolue entre ces deux séries, obtenue lorsque le solde d'opinion est retardé de trois périodes, n'est pas statistiquement différente de zéro.

Graphique 7
Corrélations entre les réponses des consommateurs aux enquêtes et les dépenses de consommation en biens durables et hors biens durables

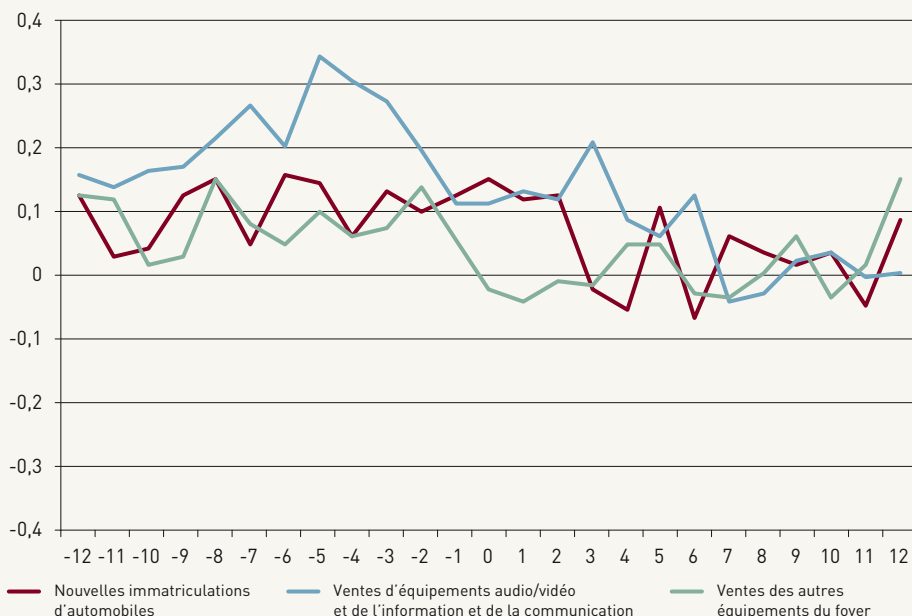


Note : Les courbes indiquent les corrélations entre les réponses des consommateurs et leurs dépenses de consommation. Les abscisses allant de -1 à -4 (respectivement de 1 à 4) indiquent que les réponses des consommateurs ont été avancées (respectivement retardées) de 1 à 4 trimestres par rapport aux dépenses de consommation observées pour le calcul des corrélations.

Sources : STATEC, calculs BCL

Graphique 8

Corrélations entre les réponses des consommateurs aux enquêtes et les séries de référence mensuelles



Note : Les courbes indiquent les corrélations entre les réponses des consommateurs et les séries de référence mensuelles. Les abscisses allant de -1 à -12 (respectivement de 1 à 12) indiquent que les réponses des consommateurs ont été avancées (respectivement retardées) de 1 à 12 trimestres par rapport aux séries de référence pour le calcul des corrélations.

Sources : STATEC, calculs BCL

Sur le graphique 8, il apparaît que les courbes représentant les évolutions des corrélations sont loin d'être monotones. La corrélation maximale avec les immatriculations automobiles (0,15) est obtenue de manière contemporaine et aussi lorsque ces dernières sont retardées de six mois (ce qui pourrait augurer du caractère prédictif des enquêtes sur les immatriculations automobiles). La corrélation maximale de 0,34 (respectivement 0,15) entre le solde d'opinion et les ventes d'équipements audio/vidéo et de l'information et de la communication (respectivement ventes des autres équipements du foyer) est obtenue lorsque ces dernières sont retardées de cinq mois (respectivement retardées de huit mois et avancées de 12 mois).

Les tests de causalité ont porté sur le solde d'opinion et les variations annuelles des cinq séries de référence. Plusieurs retards ont été considérés : des retards de 1, 3, 6,

9 et 12 mois ont été introduits pour les séries mensuelles. Lorsque la série de référence est trimestrielle, la trimestrialisation du solde d'opinion s'est effectuée en utilisant soit les données relatives au premier mois de chaque trimestre soit celles résultant de la moyenne des trois mois du trimestre. Des retards de 1, 2, 3 et 4 trimestres ont alors été introduits. Dans le tableau 3, le nombre de retards (n) indique que les n valeurs passées de deux séries sont utilisées pour prévoir le présent de l'une d'entre elles. L'objectif est de vérifier si, par exemple, les valeurs passées du solde d'opinion permettent d'améliorer la prévision des dépenses de consommation en biens durables des ménages, au-delà de l'information déduite de leurs dépenses passées. Les résultats des tests de causalité sont résumés dans le tableau ci-dessous.

Tableau 3 :

Conclusions des tests de causalité

FRÉQUENCE TRIMESTRIELLE					
RETARDS (N)	-	1	2	3	4
Méthode de trimestrialisation : Premier mois du trimestre					
C_Dur	-	→ Solde	Pas de causalité	Pas de causalité	Pas de causalité
C_Hordu	-	Pas de causalité	Pas de causalité	Pas de causalité	Pas de causalité
Méthode de trimestrialisation : Moyenne des trois mois du trimestre					
C_Dur	-	Pas de causalité	Pas de causalité	Pas de causalité	→ C_Dur
C_Hordu	-	Pas de causalité	Pas de causalité	Pas de causalité	Pas de causalité
FRÉQUENCE MENSUELLE					
RETARDS (N)	1	3	6	9	12
Immat	Pas de causalité	Pas de causalité	→ Solde	Pas de causalité	Pas de causalité
V_Autic	Pas de causalité	→ V_Autic	→ V_Autic	→ V_Autic	Double causalité
V_Foyer	Pas de causalité	Pas de causalité	Pas de causalité	Pas de causalité	Pas de causalité

Sources : STATEC, calculs BCL

La lecture de ce tableau est la suivante.

Premièrement, les évolutions passées de la série de référence *causent* les intentions des agents. Dans ce cas, le symbole « → Solde » est utilisé pour indiquer que les valeurs passées de la série de référence peuvent expliquer les réponses courantes des consommateurs. Deuxièmement, le symbole « → C_Dur » indique au contraire que ce sont les réponses passées des agents qui *causent* les dépenses de consommation en biens durables. Troisièmement, « → V_Autic » signifie que les réponses passées des consommateurs *causent* les ventes d'équipements audio/vidéo et de l'information et de la communication en magasin spécialisé. Quatrièmement, « Pas de causalité » indique que le passé du solde d'opinion ne cause pas les évolutions courantes de la série de référence et vice-versa. Un tel résultat signifierait qu'il ne serait pas possible d'utiliser le passé de l'une des variables pour prévoir le présent de l'autre.

Les principaux faits saillants qui émergent des tableaux sont les suivants.

- (i) Il y a très peu de liens de causalité entre le solde d'opinion et les séries de référence. L'absence de causalité est notamment avérée entre, d'une part, le solde d'opinion et, d'autre part, les dépenses de consommation hors biens durables (C_Hordu) et les ventes des autres équipements du foyer (V_Foyer).
- (ii) Un lien de causalité existe entre le solde d'opinion et les immatriculations automobiles ainsi que les dépenses de consommation en biens durables.
- (iii) Cette dernière relation n'est toutefois pas robuste à la méthode utilisée pour trimestrialiser les intentions d'achats en biens importants des consommateurs. Lorsque le premier mois du trimestre est utilisé, alors les variations passées des dépenses de consommation causent le solde d'opinion. En revanche, ce sont les intentions moyennes – sur les trois mois du trimestre – d'achats en biens importants au cours des quatre derniers trimestres qui permettent d'expliquer les variations présentes des dépenses de consommation en biens durables.
- (iv) Les évolutions passées des intentions causent les variations annuelles des ventes d'équipements audio/vidéo et de l'information et de la communication en magasin spécialisé dès lors que 3, 6 et 9 retards sont introduits.

10. Conclusions

Les questions de l'enquête de conjoncture ont fait l'objet de multiples analyses, comme nous l'avions déjà mentionné dans plusieurs encadrés des bulletins passés de la BCL^x.

Les résultats pour le Luxembourg présentés dans cette étude s'inscrivent notamment dans la continuité des analyses de la Banque centrale européenne et des travaux de la Commission européenne.

Ainsi, dans une analyse, la BCE (2012)^{xi} examine l'utilité de l'indicateur de confiance des ménages pour l'évaluation des évolutions de la consommation privée dans la zone euro et ses quatre grands pays. Au niveau de la zone euro, les résultats font état d'une déconnexion entre les deux séries sur la période 2001-2007. Les résultats montrent aussi que les liens entre les deux séries sont variables d'un pays à l'autre : la corrélation avec la croissance annuelle de la consommation privée est relativement élevée pour l'Espagne (0,75), légèrement moindre pour la France (0,63) et l'Italie (0,60) et particulièrement faible pour l'Allemagne (0,34).

La BCE (2014) fonde une partie de ses perspectives relatives à la consommation de biens durables dans la zone euro sur les intentions en matière d'achats importants.



La Commission européenne (2012)^{xii} teste le contenu en information de plusieurs questions de l'enquête auprès des consommateurs de la zone euro et trouve que les intentions d'achats importants ont un pouvoir prédictif sur les dépenses (totales) de consommation des ménages de la zone euro.

Nos conclusions – concernant le Luxembourg – sont plus nuancées. Les résultats ont en effet montré que les réponses des ménages concernant leurs intentions en termes d'achats importants trouvaient un écho dans les statistiques relatives aux ventes d'équipements audio/vidéo et de l'information et de la communication en magasin spécialisé et aux dépenses de consommation des ménages en biens durables. Les résultats de cette analyse permettent de conclure que non seulement les ménages comprennent la question mais aussi que leurs réponses peuvent être considérées comme informatives pour les économistes, et les vendeurs de certains magasins spécialisés.

Les dernières données de l'enquête montrent que les intentions des consommateurs en termes d'achats importants ont baissé de manière notable en mars et avril 2020. Un revirement a été observé en mai, mais il a été largement insuffisant pour compenser le recul des deux mois précédents⁵⁷. Ces baisses ont coïncidé avec l'implémentation des mesures de confinement mises en œuvre pour enrayer l'épidémie du coronavirus. Même si durant les 15 mois précédents, entre janvier 2019 et mars 2020, les intentions des consommateurs sont demeurées au-dessus de leur moyenne historique, les dépenses de consommation des ménages en biens durables devraient tout de même pâtir de l'épidémie du coronavirus. En effet, les fondamentaux de ces dépenses ont été durement impactés par le confinement, les arrêts d'activités (fermetures d'usines, etc.) et le recours des entreprises au chômage partiel. Puis la fermeture de magasins non essentiels entre la mi-mars et la fin avril a impliqué que l'achat de biens durables n'était tout simplement pas possible pour les ménages.

Ces derniers développements, associés à l'inquiétude grandissante des ménages concernant leur situation financière future et la situation économique générale du Luxembourg au cours des 12 prochains mois (ces deux composantes de l'indicateur de confiance des ménages ont fortement chuté au cours des deux derniers mois) plaideraient pour une croissance contenue, pour ne pas dire négative, de la consommation des ménages en biens durables au deuxième trimestre 2020 davantage qu'au premier.

(i) La question 9, qui est l'une des quatre composantes de l'indicateur de confiance des consommateurs du Luxembourg, ne doit pas être confondue avec la question 8 de l'enquête qui porte sur l'intérêt des ménages à faire actuellement des achats importants.

(ii) Eurostat, Système Européen des Comptes 2010 – SEC 2010, p. 194.

(iii) Il convient de noter que le SEC 2010 n'utilise en aucun cas la terminologie « biens d'équipement » lorsqu'il se réfère aux dépenses de consommation des ménages. Cette terminologie est en revanche utilisée en lien avec les dépenses d'investissements des entreprises.

(iv) Banco De España (2013), Economic Bulletin, septembre 2013 ; BCE (2014), Bulletin mensuel de la BCE, mai 2014.

(v) Voir les feuilles « e2108 » et « e2109 » dans le fichier des données de la comptabilité nationale du STATEC.

(vi) D'autres nomenclatures sont utilisées. Ainsi, dans son bulletin mensuel de mai 2014 (voir la note de bas de page 1 page 61), la BCE considère une classification des biens de consommation en trois

⁵⁷ Pour plus de détails sur les évolutions récentes de l'indicateur de confiance, notamment dans le contexte du COVID-19, voir le chapitre 1.2.3.3 de ce bulletin.

catégories suivant leur durée de vie. Il s'agit des biens de consommation durables qui ont une durée de vie attendue supérieure à trois ans et une valeur relativement élevée ; des biens semi-durables qui ont une durée de vie attendue comprise entre un et trois ans et une valeur comparativement faible ; et les biens non durables qui ont une durée de vie attendue inférieure à un an et une valeur comparativement faible. La première catégorie intègre les automobiles, l'ameublement, les appareils électroménagers ou électriques et électroniques. En revanche, les contenus explicites des deux autres catégories ne sont pas évoqués.

(vii) Les dépenses de consommation en services et biens de consommation non durables représentent en moyenne respectivement 47 % et 37 % des dépenses de consommation totales.

(viii) Une autre méthode de trimestrialisation consiste à calculer la moyenne des mois composant le trimestre. En l'absence d'enjeux majeurs pour l'analyse graphique, nous avons opté pour une seule méthode de trimestrialisation. Lors des analyses suivantes (tests de causalité), nous vérifierons si ces deux méthodes conduisent aux mêmes conclusions.

(ix) Aude Collierie de Borely et Jean-Luc Volatier (1998) : « La place des biens durables dans l'évolution de la consommation. Motivations d'achat des biens durables ». Cahier de Recherche du Crédoc N° 0114, juin 1998.

(x) Voir Bulletins 2018 (03) et 2019 (01) de la BCL.

(xi) Banque centrale européenne (2012) : Bulletin de mars 2012 de la BCE.

(xii) Commission européenne (2012) : « European Business Cycle Indicators », mars 2012.