

## 2.3 ENQUÊTE DE CONJONCTURE AUPRÈS DES CONSOMMATEURS

---

### 2.3.1 Informations générales et méthodologie

La Banque centrale du Luxembourg (BCL) mène depuis janvier 2002 une enquête de conjoncture auprès des consommateurs qui repose sur 15 questions. Cette enquête s'inscrit dans le cadre du programme harmonisé des enquêtes de conjoncture dans l'Union européenne et bénéficie à ce titre du cofinancement de la Commission européenne.

La BCL a déjà publié sur une base mensuelle les résultats de cette enquête par le biais de communiqués de presse depuis le mois de janvier 2003. La présente contribution constitue la première publication des résultats de cette enquête de conjoncture dans le cadre des bulletins de la BCL. Nous profitons de cette occasion pour fournir de plus amples informations sur l'enquête ainsi que sur la méthodologie employée.

Les enquêtes auprès des consommateurs traitent des jugements, des estimations et des anticipations des consommateurs. Elles mesurent donc les phénomènes conjoncturels tels qu'ils sont perçus par les consommateurs indépendamment des indicateurs macro-économiques comme la croissance du PIB, le chômage et les prix.

Les enquêtes fournissent non seulement des informations utiles pour l'analyse de la seule consommation privée mais également de l'environnement économique, des caractéristiques de la situation économique et financière des ménages, du comportement des consommateurs, ainsi que de leurs anticipations concernant la consommation, les prix, le chômage...

Les résultats peuvent être utilisés de deux manières: (i) en tant qu'indicateurs de la confiance des consommateurs et de la conjoncture économique actuelle ou (ii) servir de base pour réaliser des prévisions économiques (en conjonction avec d'autres statistiques de nature quantitative).

Ainsi, les résultats de l'enquête permettent à la BCL de calculer notamment l'indicateur de confiance des consommateurs. Ce dernier synthétise les réponses à quatre questions qui traitent de l'évolution sur les 12 prochains mois. Il s'agit de questions relatives à la situation financière des ménages, à la situation économique générale, à l'évolution du chômage et à la capacité d'épargner. Cet indicateur représente ainsi la moyenne arithmétique des soldes pondérés des quatre questions mentionnées ci-dessus. A noter que le solde pondéré relatif à l'évolution du chômage doit être déduit lors du

calcul de la moyenne puisqu'une augmentation du solde en question témoigne d'une évolution défavorable, alors qu'une diminution de celui-ci indique une évolution favorable.

Le questionnaire harmonisé utilisé pour cette enquête comprend quinze questions. Douze de ces questions sont posées aux consommateurs sur base mensuelle, tandis que les trois questions restantes ont une fréquence trimestrielle (janvier, avril, juillet et octobre de chaque année).

Les questions mensuelles sont relatives à:

1. la situation financière des ménages au cours des 12 derniers mois;
2. la situation financière des ménages au cours des 12 prochains mois;
3. la situation économique générale depuis un an;
4. la situation économique générale au cours des 12 prochains mois;
5. l'évolution des prix au cours des 12 derniers mois;
6. l'évolution des prix au cours des 12 prochains mois;
7. l'évolution du chômage au cours des 12 prochains mois;
8. l'intérêt à faire actuellement des achats importants;
9. l'intention d'achats de biens d'équipement au cours des 12 prochains mois;
10. l'opportunité d'épargner;
11. la capacité d'épargner au cours des 12 prochains mois;
12. l'endettement/l'épargne actuels.

Les questions trimestrielles sont relatives à:

13. l'intention d'acheter une automobile d'ici à 2 ans;
14. l'intention d'acheter un logement d'ici à 2 ans;
15. l'intention d'effectuer des dépenses d'installations importantes pour le logement au cours des 12 prochains mois.

A préciser que deux questions quantitatives concernant l'évolution des prix à la consommation (sur les douze derniers mois et les anticipations sur douze mois) ont été ajoutées à titre d'essai au questionnaire harmonisé avec effet au 1<sup>er</sup> mai 2003. Les résultats relatifs à ces deux questions seront publiés ultérieurement.

Les résultats bruts se présentent, en principe, pour chacune des questions sous forme de pourcentages doublement positifs, positifs, neutres, négatifs, doublement négatifs ainsi que la catégorie des «ne sait pas».

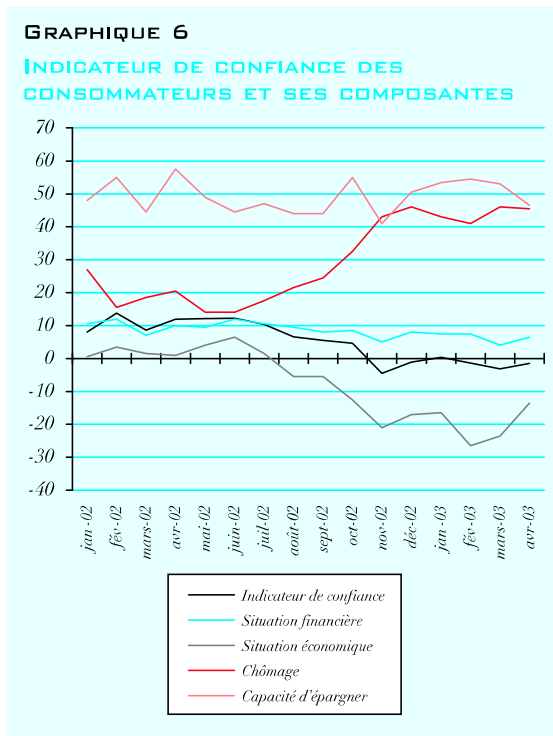
Un solde pondéré est calculé pour chaque question posée. Ces soldes représentent l'écart entre les pourcentages pondérés des consommateurs qui ont signalé une amélioration et les pourcentages pondérés des consommateurs qui ont signalé une détérioration. Les pourcentages relatifs aux réponses neutres et «ne sait pas» sont donc écartés lors du calcul des soldes pondérés. Plus concrètement, une pondération de 100% est appliquée aux pourcentages doublement positifs et doublement négatifs et une pondération de 50% aux pourcentages positifs et négatifs. Finalement, on additionne les pourcentages pondérés «doublement positifs» et «positifs» pour en soustraire les pourcentages pondérés «doublement négatifs» et «négatifs». Ces soldes pondérés sont utilisés pour calculer l'indicateur de confiance des consommateurs et sont publiés par la BCL.

A signaler encore que les données brutes n'ont pas été corrigées des variations saisonnières.

### 2.3.2 Résultats des enquêtes de conjoncture auprès des consommateurs couvrant la période de janvier 2002 à avril 2003

L'indicateur de confiance des consommateurs établi par la BCL s'est caractérisé par une certaine stabilité au cours du premier semestre de l'année 2002. La confiance des consommateurs s'est cependant effritée de façon ininterrompue de juillet à novembre 2002, les valeurs de l'indicateur de confiance étant passées de 12 en juin à -5 en novembre. L'indicateur de confiance s'est stabilisé ensuite à un niveau peu élevé, entre -1 et -3 de décembre 2002 à avril 2003. Cette nette détérioration au cours de la période sous revue s'explique essentiellement par un moindre optimisme des consommateurs en ce qui concerne les perspectives d'évolution, sur les douze prochains mois, de la situation économique générale et du chômage. Les deux autres composantes de l'indicateur de confiance des consommateurs, à savoir les perspectives des ménages sur douze mois de leur situation financière et de leur capacité d'épargner, ont été caractérisées par une certaine stabilité depuis janvier 2002.

Ces résultats sont illustrés par le graphique qui suit:

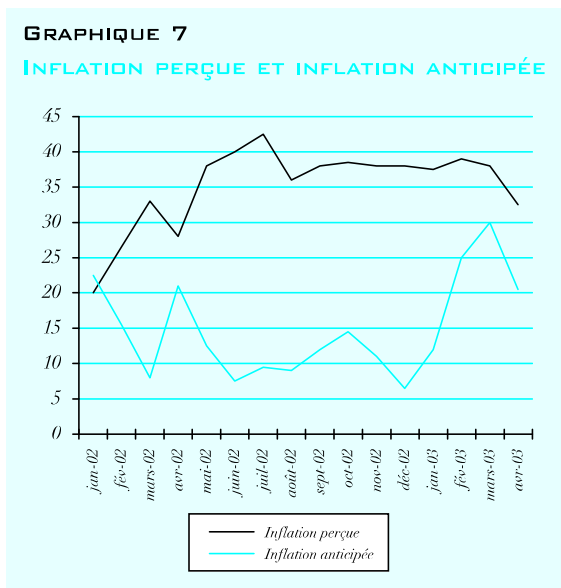


Source: BCL

Parmi les questions mensuelles qui ne sont pas des composantes de l'indicateur de confiance, on note que les ménages sont devenus plus pessimistes depuis janvier 2002 au sujet de l'évolution, sur les douze derniers mois, de leur situation financière et de la situation économique générale. En ce qui concerne l'intérêt à faire actuellement des achats importants ou l'intention d'acheter des biens d'équipement au cours des douze prochains mois, on note une forte volatilité au cours de la période examinée sans qu'une tendance claire ne s'en distingue. Par contre, les perceptions des consommateurs relatives à l'opportunité d'épargner ou à l'épargne/l'endettement actuels ont fait preuve d'une relative stabilité, confirmant ainsi la conclusion que les consommateurs se font moins de soucis au sujet de leur situation financière et de leur épargne, qu'au sujet de la situation économique générale et du chômage.

L'enquête auprès des consommateurs comprend également, sur une base mensuelle, deux questions qualitatives qui fournissent des informations importantes sur les orientations perçues et anticipées des prix. En ce qui concerne l'inflation perçue, à savoir l'évolution des prix au cours des douze derniers mois, on peut faire les remarques suivantes: les consommateurs ont perçu une accélération du rythme de progression des prix au

début de l'année 2002. Paradoxalement, cette perception au premier semestre 2002 est allée de pair avec une baisse du taux d'inflation. De plus, l'inflation perçue est restée plus ou moins stable depuis mi-2002, alors que l'inflation mesurée s'inscrivait sur une trajectoire ascendante. L'inflation perçue, après une longue période de relative stabilité, a nettement fléchi, passant de 38 en mars 2003 à 33 en avril 2003. Les perceptions peu optimistes des consommateurs en matière d'inflation perçue au cours du premier semestre 2002 n'ont néanmoins pas déclenché de hausse simultanée de l'inflation anticipée (évolution des prix au cours des douze prochains mois). Les consommateurs ont donc perçu la hausse des prix liée au basculement vers l'euro fiduciaire comme étant un phénomène temporaire qui n'a pas de répercussions sur la crédibilité de la politique monétaire de l'Eurosystème. Ce n'est qu'en février et mars 2003 que les consommateurs sont devenus plus pessimistes en ce qui concerne leurs anticipations de l'inflation. Cette tendance s'est cependant inversée en avril. Ces résultats sont également illustrés par le graphique qui suit.



Source: BCL

En ce qui concerne les questions trimestrielles, on note que les intentions d'acheter une automobile ou bien un logement, ou encore d'effectuer d'importantes dépenses d'installations pour le logement ont été remarquablement stables au cours de la période sous revue.

La série temporelle complète des résultats de l'enquête auprès des consommateurs se trouve au chapitre 3 (Statistiques) du présent Bulletin (Tableau 6.3). La série en question peut également être téléchargée sur le site internet [www.bcl.lu](http://www.bcl.lu).