

Après la chute, quel potentiel de rebond pour la consommation des ménages ?

La consommation des ménages résidents a été fortement contrainte par le confinement du printemps. Le STATEC prévoit un recul de la consommation de 6 à 8% pour 2020, mais l'épargne forcée accumulée lors du confinement constitue un important potentiel de rebond, dont devraient profiter notamment les achats de biens durables. L'évolution de la confiance des consommateurs sera néanmoins déterminante sur l'ampleur de ce rebond.

Ce Regards constitue une version raccourcie et légèrement adaptée d'une étude figurant dans la Note de Conjoncture 2-2020, publiée le 3 décembre 2020.

Les différents pans de la consommation ont été touchés de manière très variable par la pandémie et les mesures prises en réaction. Ainsi, certaines dépenses de consommation n'ont guère été affectées, comme par exemple les loyers et les dépenses d'assurances. D'autres ont chuté pendant la phase la plus stricte du confinement mais, de par leur nature, affichent des dynamiques très diversifiées lors du déconfinement. Cette estimation bottom-up¹, établie sur une base mensuelle, permet de tenir compte : [1] de l'évolution des mesures de restriction au fil du temps ; [2] des dynamiques divergentes liées à la nature même de la dépense ; et [3] des parts respectives des différentes dépenses dans le total.

Les estimations et prévisions se basent sur différentes sources en fonction des informations disponibles sur les différents horizons. Les premières estimations des comptes trimestriels donnent le profil de la consommation sur la première moitié de l'année², tandis que pour les mois de l'été, les estimations bottom-up se basent davantage sur des sources mensuelles telles que les chiffres d'affaires (notamment pour le commerce de détail), les immatriculations de voitures, les scanner data sur les ventes de certains supermarchés³ et les volumes écoulés de produits soumis à des droits d'accise. Ces informations sont combinées et complétées, surtout pour les mois plus récents, par des indications issues de la presse, d'organisations patronales, d'évaluations similaires faites par des instituts à l'étranger, de résultats d'enquêtes et de données de mobilité à haute fréquence.

La consommation des ménages résidents sur laquelle se focalise cette étude, constituait sur les dernières années 30% du PIB, un taux faible par rapport à d'autres pays (environ 50% dans nos pays voisins et la zone euro dans son ensemble). Si la demande d'autres acteurs (pouvoirs publics, sociétés, reste du monde) pèse relativement plus pour certains secteurs d'activités au Luxembourg, d'autres secteurs dépendent toutefois directement de la consommation finale des résidents (commerce de détail, services aux personnes...), mais aussi des non-résidents⁴. Plus loin, on reviendra également sur l'impact de la crise sur la consommation sur le territoire, ce concept incorporant les dépenses des non-résidents au Luxembourg (mais excluant les dépenses des résidents à l'étranger).

Des trajectoires très divergentes selon les produits

Les diverses dépenses de consommation sont, selon leur nature et selon le type de mesures restrictives mises en place, affectées différemment par la crise sanitaire. À cet égard, on peut distinguer trois principales catégories de dépenses en fonction de leurs trajectoires :

- **Les dépenses très peu affectées, même durant la phase la plus stricte du confinement, voire positivement impactées.** Certaines dépenses courantes n'ont guère été impactées, notamment celles pour le logement⁵ (cf. tableau A), la communication (sauf l'achat de matériel pendant le confinement) et pour les services financiers et assurances. Les dépenses pour l'alimentation dans le commerce de détail ont même augmenté : suite aux fermetures temporaires des restaurants et cantines et au développement du télétravail, ces dépenses seraient selon nos estimations 3% supérieures en 2020 par rapport à une situation sans crise du COVID-19.

1 Cette approche vise à estimer les pertes de consommation pour les différents produits et d'agréger ces résultats pour aboutir à un impact sur la consommation totale, ceci en tenant compte des poids respectifs.

2 Les chiffres pour le 3^e trimestre n'étaient pas encore disponibles au moment de la rédaction de cette étude.

3 Collectées dans le cadre de l'établissement de l'indice des prix à la consommation.

4 Dans l'optique dépenses du PIB, la consommation de ces derniers est comptabilisée comme exportation.

5 Division 5 de la classification ECOICOP (European Classification of Individual Consumption according to Purpose). Cette division comprend les loyers réels et imputés et représente près d'un tiers des dépenses totales.

Tableau A : Impacts estimés sur la consommation [en valeur] pour 2020

Poids 2018 en %	Division	Produits (Classification ECOICOP)	2020 - Déviation par rapport à la "normale"
			En %
8.5	1	Produits alimentaires et boissons non alcoolisées	3
2.9	2	Boissons alcoolisées et tabac	-3
5.4	3	Articles d'habillement et chaussures	-19
29.6	4	Logement, eau, électricité, gaz et autres combustibles	-2
6.6	5	Meubles, articles de ménage et entretien courant du logement	-6
3.2	6	Santé [produits médicaux, consultations, services de consultation, services hospitaliers]	-6
11.5	7	Transports [achats d'automobiles, vélos, carburants, services de transport...]	-19
1.6	8	Communications [services postaux, services et équipement de téléphonie, Internet]	-1
6.9	9	Loisirs et culture [matériel audio/vidéo, articles de loisirs, services récréatifs et culturels, voyages à forfait...]	-22
1.1	10	Enseignement	-17
7.1	11	Hôtels, restaurants et cafés	-33
15.4	12	Biens et services divers [soins corporels, bijouterie, protection sociale, services d'assurance et financiers...]	-8
100.0	Total		-9

Source : STATEC (comptes nationaux, prévision bottom-up)

• **Les dépenses moyennement à fortement impactées durant la phase haute du confinement, mais affichant un net rebond par la suite.** Il s'agit principalement de biens vendus dans des enseignes qui étaient fermées lors du confinement [car jugées non essentielles] et dont la consommation peut être reportée. Ainsi, pour des biens durables comme les meubles, l'électroménager, le matériel audio/vidéo et les voitures, les ventes devraient avoir profité d'un rattrapage, dépassant au moins temporairement, sur les mois d'été, les niveaux attendus en l'absence de crise. Le rattrapage resterait tout de même largement trop faible pour effacer les pertes antérieures. Au vu des chiffres d'affaires observés dans le commerce de détail à travers l'Europe, le rebond semble avoir été plus graduel pour l'habillement (encore environ -10% par rapport aux niveaux d'avant-crise en août)⁶ que pour les biens mentionnés ci-dessus.

• **Les dépenses fortement et durablement impactées.** Il s'agit principalement de services nécessitant de l'interaction sociale physique, tels que ceux prestés par l'Horeca, les services culturels et sportifs ainsi que les services de transport et activités de voyage. La réduction des dépenses s'explique par les mesures d'endiguement du virus (fermetures, adaptations des horaires, distanciation sociale, limitations des déplacements transfrontaliers), mais aussi par les réticences des consommateurs. Ces dépenses risquent d'être perturbées jusqu'à la fin de la crise sanitaire, c'est-à-dire jusqu'à la mise à disposition à grande échelle d'un vaccin ou d'un traitement efficace. Les carburants constituent un bon exemple d'un bien dont la consommation a été fortement réduite durant le confinement et qui ne sera pas compensée [ou récupérée] par après. Suite au recours prolongé au télétravail et à la baisse des prix pétroliers, les dépenses en carburants ne devraient pas renouer à court terme avec les niveaux qu'on aurait observés dans un scénario sans crise.

Au total, la perte de consommation par rapport à une situation "normale" – un scénario hors crise – se chiffrerait à 9% pour 2020, en valeur. Par rapport à 2019, ces dépenses se replieraient d'environ 5% en valeur [et d'un peu plus de 6% en volume].

Au 2^e trimestre, la perte de consommation par rapport à la situation "normale" serait la plus marquée, avec -21% [-35% en mars, -21% en avril, puis seulement -9% en juin reflétant le déconfinement progressif]. La perte ne serait plus que de 5% au 3^e trimestre [cf. graphique A] suite au surcroît de consommation sur certains biens [effet de rattrapage mentionné ci-avant] et à la normalisation plus ou moins graduelle des autres dépenses affectées. On suppose que cette normalisation intervient aussi en raison d'une meilleure adaptation de l'offre de biens et services aux nouvelles exigences. La croissance trimestrielle bondirait à plus de 20% au 3^e trimestre, après -15% environ en T2 et -5% en T1 [toujours en valeur].⁷

L'amélioration serait freinée au 4^e trimestre (toujours une perte de 5% par rapport à une situation sans crise) par une légère recrudescence des infections et la dissipation de certains effets de rattrapage. Cette prévision est cohérente avec le scénario favorable ["haut"] retenu dans le cadre de la Note de Conjoncture 2-2020 [cf. chapitre 2] qui n'intègre pas une forte ré-augmentation des infections rendant nécessaire un resserrement significatif des mesures sanitaires. Dans ce cas de figure, la consommation des ménages résidents ne serait au 4^e trimestre de 2020 que légèrement inférieure à son niveau d'un an plus tôt [en valeur].

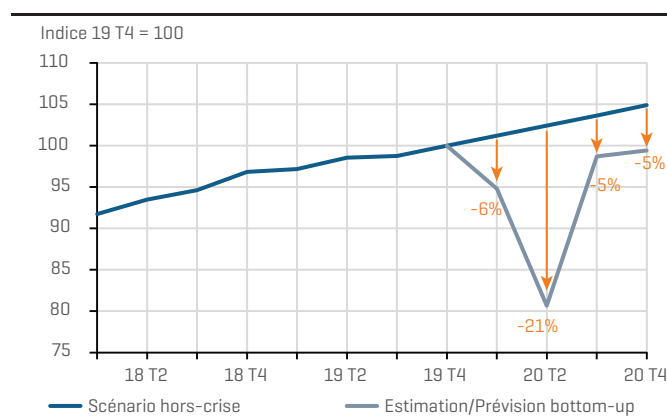
Au moment de la finalisation de cette prévision (fin octobre), aucun resserrement n'était encore annoncé au Grand-Duché, contrairement aux pays voisins.

6 Selon une enquête (EY Future Consumer Index), 50% des consommateurs (européens et américains) se sentaient en juin mal à l'aise d'essayer des vêtements dans un magasin. Par ailleurs, le chiffre d'affaires dans le commerce de détail de l'habillement (comme d'autres) devrait être affecté par un recours plus prononcé à l'e-commerce. On risque ainsi de surestimer la baisse des dépenses de consommation des ménages.

7 Les estimations des comptes trimestriels publiées à la mi-décembre renseignent un recul de la consommation en valeur de 8% sur un an à l'issue des 3 premiers trimestres de l'année [contre -7% prévus dans l'approche bottom-up].

Dans le cas d'un net resserrement des mesures au Luxembourg au 4^e trimestre face à une nouvelle vague majeure d'infections, la consommation devrait se replier à nouveau au 4^e trimestre.⁸

Graphique A : Perte de la consommation en valeur de 21% par rapport à un scénario hors crise au 2^e trimestre [scénario haut]



Source : STATEC (comptes nationaux, prévision bottom-up), données désaisonnalisées

La consommation sur le territoire plus durement frappée

Au Luxembourg, la consommation sur le territoire est largement supérieure à celle des résidents [de 18% en 2018] puisqu'elle inclut également les achats effectués par des non-résidents [notamment frontaliers et touristes, y.c. ventes de carburants]. La fermeture partielle des frontières et le recours accru au télétravail ont réduit l'afflux de non-résidents cette année, de sorte que leur consommation devrait baisser plus fortement [-16% en volume]. Cela pèse sur les ventes de carburants et tabacs, mais aussi sur l'Horeca. Néanmoins, les dépenses plus élevées des résidents, encouragées par la distribution de bons d'hébergement de 50 EUR, devraient partiellement amortir le choc pour l'hôtellerie. La moindre présence de non-résidents devrait également expliquer l'augmentation peu marquée du chiffre d'affaires dans le commerce de détail alimentaire par rapport à d'autres pays européens.

En 2020, la consommation sur le territoire se replierait dès lors un peu plus fortement que celle des résidents, avec -8% en volume [par rapport à -6%]. Au 2^e trimestre, elle aurait chuté de près de 20% en volume.

D'épargne forcée en épargne de précaution ?

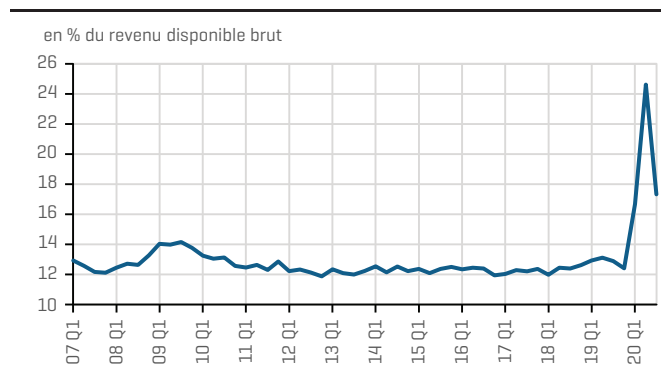
Deux incertitudes majeures entourent la prévision de la consommation pour 2021 :

- celle sur l'évolution épidémiologique, les mesures d'endiguement mises en place et le délai de mise à disposition d'un vaccin ;
- celle sur l'utilisation par les consommateurs de l'épargne forcée accumulée.

Le premier facteur détermine à quel degré et sur quelle durée la consommation des produits durablement affectés (surtout des services, cf. ci-haut) sera plombée. Dans ce qui suit, on va se focaliser sur le deuxième facteur d'incertitude, sur lequel il est très difficile de trancher, suite à l'absence de points de repères historiques.

En effet, contrairement à d'autres crises, l'épargne des ménages s'est envolée et ce – dans une première phase au moins – non par précaution, mais par la forte limitation des options de consommation dans un monde confiné. Les ménages étaient contraints à épargner (d'où le terme "d'épargne forcée"), alors que leurs revenus sont relativement stables grâce aux mesures prises par les pouvoirs publics [notamment le recours massif au chômage partiel]. Dans la zone euro, le taux d'épargne a ainsi doublé entre le 4^e trimestre de 2019 et le 2^e trimestre de 2020 [cf. graphique B]. Au Luxembourg, en 2020, la baisse prévue de la consommation, combinée à la stabilisation du revenu disponible [+0.7% prévu pour 2020] conduirait à un taux d'épargne de 26%, soit 1.2 Mia EUR d'épargne supplémentaire par rapport à 2019.

Graphique B : Le taux d'épargne a explosé dans la zone euro

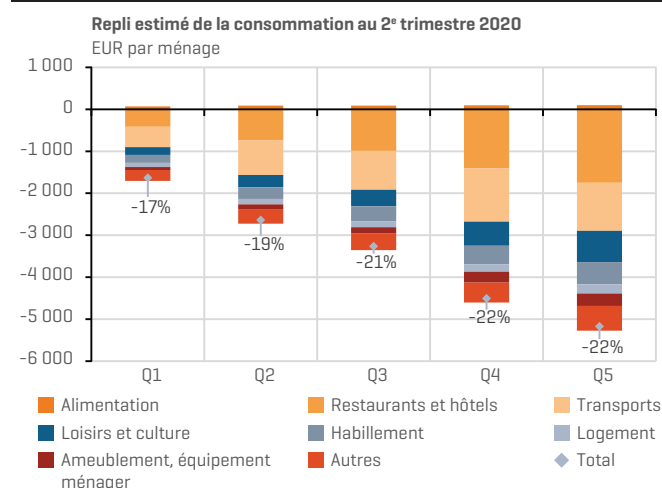


Source : Eurostat

Cette épargne accumulée constitue un énorme potentiel de rebond pour la consommation [cette dernière se chiffrerait à près de 18 Mia EUR en 2020] au cas où les ménages décideraient de l'y affecter. Plusieurs facteurs pèsent pourtant sur ce potentiel de rebond.

8 Dans le scénario défavorable, la perte par rapport au scénario hors crise dépasserait 10% au 4^e trimestre de 2020. La réalité devrait se situer entre les deux scénarios.

Graphique C : La consommation des ménages plus aisés devrait avoir baissé davantage lors du confinement



Sources : Enquête sur le budget des ménages (2016-2018), estimations bottom-up

La distribution de l'épargne forcée au sein de la population

Même si nous n'observons pas l'évolution des revenus et de l'épargne des ménages, ni au niveau infra-annuel, ni par niveau de vie, on est amené à penser que ce sont les ménages en bas de l'échelle de revenus qui sont les plus concernés par les coupes dans leur budget. Ils sont typiquement plus nombreux à être actifs dans des branches qui ne se prêtent pas au télétravail et sont les plus concernés par le chômage partiel et le chômage tout court⁹.

S'y ajoute que le repli de la consommation durant le confinement devrait avoir été moins prononcé en bas de l'échelle des revenus, limitant d'autant la capacité de ces ménages d'épargner. Nous arrivons à cette conclusion en combinant les informations sur leur structure de consommation traditionnelle [résultats de l'enquête budget des ménages] avec les estimations bottom-up [cf. graphique C].

Les ménages les plus aisés consacrent en principe une plus grande part de leur consommation aux biens et services qui étaient inaccessibles lors du confinement (p.ex. voyages, activités culturelles, Horeca). Selon cette estimation, le repli de la consommation aurait été plus prononcé pour les ménages à haut revenu que pour ceux à bas revenu, et ce à la fois en valeur absolue (en EUR) et en valeur relative (en %, cf. graphique C).

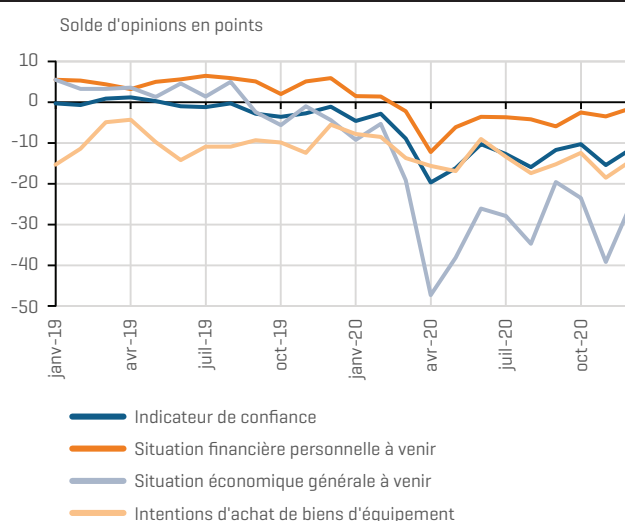
Ces évolutions du revenu et de la consommation des ménages impliqueraient qu'une grande partie de l'épargne accumulée serait concentrée chez les ménages à hauts revenus. Comme ceux-ci affichent une propension marginale à consommer inférieure à celle des ménages à faibles revenus, leur épargne forcée a de moindres chances d'être rapidement réaffectée à

la consommation. S'y ajoute que pour bon nombre de services davantage consommés par les ménages plus aisés, le potentiel d'un rattrapage devrait être limité [cf. aussi page suivante].

La dégradation de la confiance des consommateurs

Plus les consommateurs sont confiants, plus ils sont enclins à dépenser. S'ils jugent par contre que la situation économique générale va se dégrader et affecter leur situation financière personnelle, ils vont vraisemblablement limiter leurs dépenses de sorte que l'épargne forcée se transforme en épargne de précaution. Le choc de la pandémie et des mesures d'endiguement avaient fait dévisser la confiance des consommateurs au printemps. Le moral des résidents luxembourgeois enquêtés est timidement reparti à la hausse dès mai, n'effaçant cependant que la moitié du repli jusqu'en octobre. Des dégradations marquées concernent notamment les anticipations des résidents sur la santé du marché du travail et de l'économie en général, tandis que les perspectives sur leur situation financière et surtout les intentions d'achat de biens d'équipement ont relativement bien résisté [cf. graphique D].

Graphique D : Les intentions d'achat des consommateurs relativement peu affectées



Source : BCL

Une reprise portée par la consommation des biens durables ?

Une partie de la baisse de la consommation en 2020 devrait constituer une perte nette, sans possibilité de rattrapage ; il est improbable qu'après la fin de la crise sanitaire les gens mangent significativement plus souvent au restaurant ou passent plus souvent chez le coiffeur qu'avant la crise. D'autres dépenses par contre peuvent aisément être reportées. La consommation de biens durables (comme les voitures, vélos, meubles et l'équipement ménager) pourrait non seulement profiter en 2021 d'un effet de report dans le temps (substitution intertemporelle), mais également de la substitution d'autres dépenses qui restent contraintes, comme certains services (réaffectation du revenu).

9 Cf. aussi la partie 2 - Le marché du travail du Rapport travail et cohésion sociale, Analyses N° 6 2020, STATEC.

Le fort rebond des crédits à la consommation octroyés par les banques aux ménages résidents à partir de juin devrait témoigner d'un côté du rebond de la demande de biens durables et de l'autre côté du fait que le deuxième canal de financement, à côté de l'épargne, reste ouvert mais avec des critères un peu plus durs selon l'enquête sur le crédit bancaire.

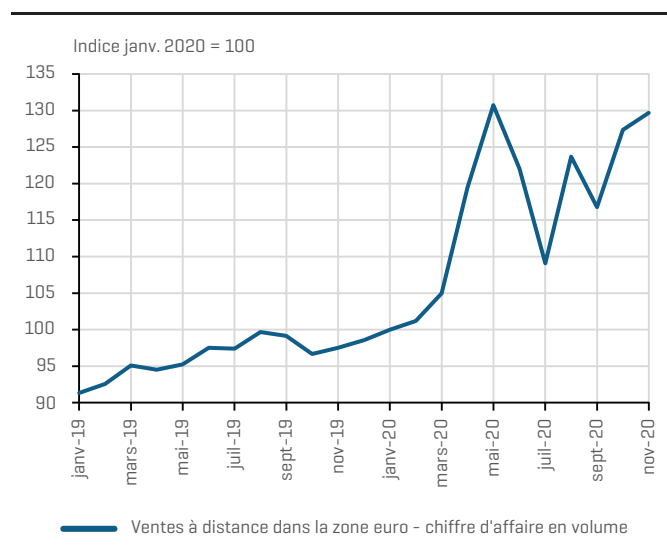
Les dépenses en biens durables sont généralement procycliques comme les ménages les reportent et les ajustent en fonction de leur confiance dans la situation économique. Les revenus ont par contre été soutenus de manière anticyclique dans cette crise, ce qui laisse envisager un rattrapage sur les prochains trimestres, voire prochaines années, et donc un surcroît de consommation de biens durables. Celui-ci sera néanmoins tributaire de l'évolution de la confiance des consommateurs. Si la crise devait s'aggraver, ce potentiel pourrait être amputé : les consommateurs reverraient "à la baisse le niveau souhaité de stock de biens durables compte tenu de la baisse des anticipations de revenu de long terme"¹⁰.

Quel rebond en 2021 ?

Dans son scénario haut, le STATEC table sur une remontée de la consommation de 8% pour 2021 (en volume). Elle dépasserait ainsi son niveau de 2019 d'environ 1.5%.

Dans le scénario plus défavorable, la consommation dévisserait à nouveau – quoique moins fortement que lors du confinement du printemps – sur la fin de 2020 et le début de 2021. La détérioration des perspectives économiques pèserait sur la confiance (et les revenus futurs escomptés) des ménages, de sorte qu'elle limiterait le rebond de la consommation (+6.7 % en 2021 après -7.6 en 2020, en volume)¹¹. Selon ce scénario, la consommation ne retrouverait pas encore en 2021 son niveau de 2019 [-1.5%].

Graphique E : Fort accroissement des ventes à distance en zone euro depuis le début de la pandémie



Source : Eurostat (données désaisonnalisées)

10 Cf. Banque centrale européenne, "La consommation de biens durables dans la zone euro", Bulletin économique N° 5, Juillet 2020.

11 La Commission européenne, dans ses prévisions d'automne publiées début novembre, est encore plus pessimiste pour la consommation privée au Luxembourg et table sur -9.4% en 2020, puis +6.0% en 2021.

Les phénomènes de rattrapage et la dépense de l'épargne accumulée devraient encore stimuler la consommation sur les prochaines années. Par ailleurs, la crise sanitaire COVID-19 a accéléré certains changements structurels, vers les ventes à distance [cf. graphique E, aussi bien au niveau de l'offre que de la demande], mais également le télétravail. Ces développements pourraient influencer durablement les habitudes et la structure de consommation.

Par rapport à un scénario hors crise, les mesures de relance pourraient également avoir un effet durable sur la consommation [p.ex. orientation accélérée vers la mobilité électrique], tout comme un éventuel agrandissement des inégalités des revenus.

Conclusions

Le rebond de la consommation des ménages depuis le début du déconfinement à la fin du printemps devrait avoir profité d'un effet de rattrapage au niveau des biens durables, mais celui-ci serait insuffisant pour compenser les pertes antérieures. La consommation de services qui nécessitent de l'interaction sociale physique aurait également bénéficié du relâchement de certaines mesures et du recul des infections en été, mais devrait néanmoins rester amoindrie jusqu'à la fin de la pandémie. En prenant en compte ces dynamiques et en l'absence d'un fort durcissement des mesures sur la fin d'année [scénario "haut"], les calculs bottom-up ont abouti à un recul de la consommation en volume de l'ordre de 6% en 2020 par rapport à 2019.

L'accumulation d'une épargne forcée combinée aux besoins non satisfaits en 2020 et la perspective d'un vaccin plaident pour une forte progression de la consommation en 2021, voire 2022. Ceci présuppose que la confiance des ménages continue à se rétablir et que la perte de revenu disponible due à la crise reste limitée. En cas de réalisation d'un scénario plus défavorable, avec une forte résurgence des infections et un renforcement des mesures sanitaires sur la fin de 2020 et le début de 2021, le risque que les consommateurs anticipent une dégradation du marché du travail s'accroît. Ceci affecterait leurs perspectives de revenus et de dépenses. Dans ce cas, l'épargne accumulée, au lieu d'alimenter la consommation, se transformerait plutôt en épargne de précaution.

Cette publication n'engage que le STATEC.

Contact :

Cathy Schmit

[+352] 247-88-459

cathy.schmit@statec.etat.lu

info@statec.etat.lu

www.statistiques.lu

ISSN 2304-7135