

Pouvoir d'achat et pouvoir d'épargne : Face à la crise, les Européens sont divisés

- 67% des Français ont le sentiment que leur situation financière personnelle s'est affaiblie au regard de la situation économique actuelle...
- ... contre seulement 39% des Allemands (et 59% des Européens).

Comment les Français et les Européens perçoivent-ils l'impact de la crise sur leur situation personnelle ? L'Observatoire européen ING Direct / TNS¹ révèle que les situations sont très diverses d'un pays à l'autre face au contexte. Si, en moyenne, une majorité des Européens (59%) considère que leurs finances personnelles se sont détériorées, on peut toutefois observer des écarts significatifs entre les pays. Ainsi, à l'heure où l'Allemagne et la France font front pour sauver la Grèce, 2/3 des Français (67%) affirment avoir directement été impactés par la crise contre seulement 39% des Allemands. ING Direct, n°1 de la banque en ligne en France a voulu analyser plus en profondeur cette situation.

L'étude réalisée en novembre 2011 par TNS pour la Commission européenne², avait déjà mis en évidence d'importantes disparités dans la perception des Européens au sujet de la situation actuelle de leurs économies nationales respectives :

Ils pensent que la situation économique de leur pays est bonne ² :			
84%	Luxembourgeois	14%	Tchèques
78%	Allemands	12%	Français
62%	Autrichiens	9%	Italiens
56%	Néerlandais	9%	Roumains
15%	Anglais	4%	Espagnols

L'Observatoire européen ING Direct / TNS¹, lui, montre que la situation actuelle est également ressentie par une part importante des Européens (59% en moyenne) dans leur vie personnelle, même si là encore des écarts entre les pays sont visibles : 2/3 des Français (67%) et ¾ des Italiens (74%) affirment avoir directement été impactés par la crise contre seulement 39% des Allemands ou des Néerlandais.

L'impact perçu de la crise peut prendre la forme d'un double effet :

- l'affaiblissement du pouvoir d'achat
- et l'érosion du « pouvoir d'épargne »

Pouvoir d'achat : les Européens se sentent affaiblis

Ce sentiment de fragilité, partagé par de nombreuses nationalités, s'expliquerait par :

- **Des prix perçus comme augmentant plus vite que les salaires** : en moyenne, 45% des Européens pensent que les prix augmentent plus vite que leurs salaires. C'est le cas de plus d'un Français et d'un Italien sur deux (56%).
- **...et des dépenses importantes qui s'avèrent souvent contraintes, comme celles concernant le logement** (aujourd'hui premier poste de dépense pour la moitié des Français : 47%) **ou la nourriture** (1er poste de dépense pour 36% des Français)

« La crise impacte le pouvoir d'achat par le canal du chômage, de la modération salariale, et d'une inflation élevée (supérieure à 2% en France). Ces phénomènes combinés amènent les personnes à moins consommer et à modifier leurs comportements d'épargne : désépargner pour certains pour faire face aux charges contraintes (loyer, etc.), qui pèsent de plus en plus dans les budgets, ou opter pour l'épargne court terme, pour faire face à l'incertitude », commente *Manuel Maleki, Economiste ING Groupe*

Vers une érosion du « pouvoir d'épargne » ?

Aujourd'hui, les Européens ne démontrent toutefois pas encore une grande inquiétude quant au niveau d'épargne / d'économie dont ils disposent à date :

- En moyenne, plus d'1/3 des Européens ne se sentent ainsi ni à l'aise ni mal à l'aise avec son niveau d'économie (39%) ; 34% se disant même à l'aise
- Et pour l'instant seuls 14% des Français ne se sentent pas à l'aise avec le montant d'économies dont ils disposent, contre 24% des Allemands...

Et quand on les interroge sur la somme dont ils pourraient disposer dans une situation d'urgence pour payer une dépense imprévue, 4 Européens sur 10 affirment pouvoir avoir au moins 1 000 euros pour y faire face.

En moyenne, 40% des Européens pourraient disposer d'au moins 1 000 euros en cas d'imprévu, soit :			
69%	Luxembourgeois	41%	Anglais
61%	Néerlandais	39%	Italiens
51%	Autrichiens	24%	Polonais
47%	Allemands	18%	Tchèques
45%	Espagnols	16%	Roumains
41%			Français

En moyenne, 50% des Européens ont le sentiment de moins épargner qu'auparavant, soit :

35%	Autrichiens	53%	Anglais
34%	Allemands	59%	Tchèques
38%	Luxembourgeois	64%	Italiens
41%	Néerlandais	64%	Espagnols
49%	Polonais	74%	Roumains
51%			Français

...mais cette situation va-t-elle perdurer ?

Une part importante d'Européens (50% en moyenne / 51% en France) ont, en effet, aujourd'hui le sentiment d'épargner moins qu'auparavant.

« Aujourd'hui, les Européens, et les Français en particulier, ont le sentiment que leur pouvoir d'épargne diminue. Les banques doivent donc rassurer leurs clients en sécurisant cette épargne à travers des produits sûrs, et en optimiser le rendement avec des produits comportant le moins de frais possibles et bien rémunérés. Telle est notre approche chez ING Direct », souligne Benoît Legrand, Directeur Général d'ING Direct France.

ING Direct, La banque de l'épargne, qui agit dans l'intérêt des consommateurs

Pour ING Direct, une politique d'épargne efficace implique d'abord de réduire au maximum les dépenses du consommateur. Ainsi, le numéro un de la banque en ligne s'attache à leur proposer une tarification simple, claire et compétitive.

Toujours soucieux de répondre au mieux aux préoccupations des Français en matière d'épargne, ING Direct propose à ses clients une gamme volontairement courte de produits simples et performants :

- ∞ **Le livret Épargne Orange** qui rémunère l'épargne déposée à 4,5% avec au delà des trois premiers mois un taux de 1,75%, accessible 100% en ligne.
- ∞ **Le compte à terme**, avec un taux de 2,2% sur 3 mois, considéré comme l'un des meilleurs du marché
- ∞ **Une assurance-vie sans frais d'entrée**, reconnue comme l'une des meilleures offres du marché, à la fois simple, efficace et sans frais.
- ∞ **Le livret A** produit d'épargne liquide non risqué, peut être souscrit en ligne, d'un simple clic.

Des services qui facilitent l'épargne et la gestion de son budget :

- ∞ **Un service d'alerte email et SMS** paramétrable, gratuit et illimité pour mieux contrôler et gérer ses dépenses.
- ∞ **Une application i-phone** optimisée fin 2011 et considérée par les internautes de l'appstore d'Apple comme la meilleure application bancaire.
- ∞ **Monnaie Time**, une chaîne d'information développée avec Yahoo! et dédiée à la finance personnelle proposant au consommateur, conseils et astuces pour épargner toujours plus efficacement.

¹ Étude réalisée auprès d'un échantillon national représentatif en France, Allemagne, Italie, Espagne, Royaume Uni, Pays Bas, Luxembourg, Autriche, Pologne, Roumanie, Slovaquie, République Tchèque en novembre 2011 par TNS pour ING Direct

² Étude réalisée auprès d'un échantillon national représentatif dans chacun des 27 pays de l'Union Européenne en novembre 2011 pour la Commission Européenne

A propos d'ING Direct

Présent dans 8 pays, ING Direct est le leader de la banque en ligne avec plus de 850 000 clients en France et 16 millions de clients dans le monde. Lancée en 2000 en France et présente à Paris et à Reims, ING Direct est le n°1 de la banque en ligne. Elle propose à ses clients des produits d'épargne liquide dont le Livret Epargne Orange et le Livret A, des produits d'assurance vie et Le compte courant. C'est en s'appuyant sur les attentes des consommateurs face à leur banque qu'ING Direct a construit son modèle : être LA banque qui privilégie la satisfaction et l'autonomie du client à travers des produits simples et performants, en proposant une relation fondée sur la facilité et la transparence.

Pour en savoir plus : www.ingdirect.fr

En savoir plus : www.ingdirect.fr

Contacts presse

Manon ERGIN
01 40 89 96 38
manon.ergin@agence-elan.com

A G E N C E
ELAN

Catherine BIALAIS
01 40 89 96 65
catherine.bialais@agence-elan.com