



OBSERVATOIRE THALYS 2002

***L'EURO COMME INCITATION
A LA MOBILITE GEOGRAPHIQUE***

I&E Consultants / Ipsos

Septembre 2002

Contacts :
Coralie CAZEILS
01-53-68-45-13



METHODOLOGIE

Sondage effectué pour : Information et Entreprise Consultants - Observatoire THALYS

Date du terrain : les interviews ont été réalisées du 13 au 20 septembre 2002

Echantillon : échantillon global de **3 484** personnes âgées de 18 ans et plus, national représentatif de chaque pays :

Les interviews se répartissent ainsi :

France :	465 personnes
Allemagne :	491 personnes
Belgique :	500 personnes ¹
Espagne :	509 personnes
Italie :	506 personnes
Pays-Bas :	507 personnes
Royaume-Uni :	507 personnes

Méthode : les interviews ont été conduites par téléphone, au domicile des personnes interrogées.

¹ dont : Francophones 250 / Néerlandophones 250



PRINCIPAUX ENSEIGNEMENTS

I. L'impact de l'euro : un sentiment de proximité en progression

Près d'un an après la mise en circulation de la monnaie unique, comment les Européens se positionnent-ils sur l'impact de l'euro et surtout, ont-ils changé d'avis par rapport à mai 2001 ? En fait, la hiérarchie des points de vue ne diffère pas de celle de l'enquête précédente et les perceptions restent majoritairement axées sur une influence macro économique de l'euro : là où plus du tiers des Européens imaginaient que celui-ci stimulerait les échanges économiques entre pays (39%), les perceptions se maintiennent : 42% estiment aujourd'hui que l'euro a essentiellement entraîné davantage de transactions, argument qui reste en tête des autres propositions.

Toutefois, un changement mérite d'être souligné : en mai 2001, les Européens se montraient relativement circonspects quant à l'opportunité de création d'une culture paneuropéenne, qui réunissait cependant un cinquième d'entre eux (20%) ; aujourd'hui, si cet argument reste en retrait comparé à l'influence économique de l'euro, la proportion d'interviewés à partager cette opinion progresse de 4 points (24%) et les points de vue ont évolué dans une même mesure quant à la contribution globale de l'euro en faveur du rapprochement entre les Européens (40% soit + 4 points). Mis à part les Français, dont les perceptions accusent un recul sur ces deux dimensions et les Italiens, dont l'optimisme se positionnait déjà au dessus de la moyenne européenne dans la vague d'enquête précédente, les autres pays ont donc davantage tendance à approuver ces deux idées. La progression la plus spectaculaire est à noter chez les Britanniques, particulièrement convaincus de l'apport de la monnaie unique dans la création d'une culture commune : désormais, un quart d'entre eux s'accorde sur ce point de vue contre 7% en mai 2001 ; doit-on dans cette évolution voir pointer un sentiment d'isolement par rapport au Vieux continent ?

Pour liés qu'ils puissent paraître, en raison de leur évolution parallèle et de leur proximité sémantique, rapprochement culturel et rapprochement tout court, ne réunissent pas nécessairement le même profil de répondants : la perception globale du rapprochement entre Européens, vraisemblablement vue sous un angle économique réunit plus particulièrement les hommes (43% contre 37% des femmes), les plus âgés (46% des plus de 65 ans le pensent) et croît avec le niveau d'instruction des interviewés alors que la vision culturelle réunit plus particulièrement les femmes (25% contre 23% chez les hommes), les plus jeunes (26% des 18-24 ans) et trouve essentiellement ses appuis auprès des foyers les plus modestes et globalement les couches les moins instruites de la population.



1.1. Le bug de l'euro n' a pas eu lieu : guère plus de difficultés que ce que les Européens craignaient...

Si pour les bénéficiaires, les perceptions évoluent quant au caractère fédérateur de la monnaie unique, côté inconvénients, les Européens ne se montrent pas plus vindicatifs après la mise en circulation de l'Euro qu'avant. Globalement, au jour de l'introduction de la monnaie unique, la grande majorité des Européens se déclarait bien informée sur l'Euro (88%²), ce qui peut expliquer que leur anticipation des difficultés à venir corresponde avec leur bilan a posteriori : pour rappel, en mai 2001, un peu plus du quart des Européens (29%) craignait les incidences de la monnaie unique ; rétrospectivement, 31% partagent toujours cette opinion, ce qui ne constitue pas une évolution statistiquement significative. Ce résultat assez élevé doit être rapproché de la perception de l'impact de l'euro sur le consommateur : depuis plusieurs années, Ipsos suit en effet dans son baromètre des Tendances de l'Opinion Publique en Europe (TOPE), l'image que les Européens ont de la monnaie unique. Celle-ci se dégrade fortement en septembre, essentiellement sous l'impulsion d'un solde négatif des opinions concernant les avantages de l'euro pour le consommateur.

Le profil des personnes ayant le plus difficilement vécu cette période est sans surprise et coïncide avec celui des Européens qui se sont toujours montrés les plus réticents et moins bien informés sur le sujet : un profil essentiellement féminin (33% des femmes ont ressenti ces difficultés contre 28% des hommes), plus nettement dessiné auprès des couches les plus modestes et moins instruites de la population européenne.

... Avec toutefois une onde de choc au Pays Bas et en Espagne

Là encore, les disparités entre pays subsistent : le passage à l'Euro a été vécu particulièrement difficilement par les Allemands, les Britanniques et les Néerlandais, dont l'opinion est nettement plus négative que la moyenne (ces premiers sont aussi les plus nombreux à déplorer les inconvénients de l'euro pour le consommateur dans le baromètre TOPE d'Ipsos).

Notons toutefois que les Allemands et les Britanniques envisageaient déjà fortement ces difficultés il y a plus d'un an et pour négative qu'elle ait été, leur appréhension des choses n'a pas évolué (44% des Allemands et des Britanniques partagent cette opinion aujourd'hui contre 43% en Allemagne en mai 2001 et 40% au Royaume Uni). Il faut dire que les ajustements de prix au moment du passage à la monnaie unique ont donné une poussée de fièvre à l'inflation, particulièrement ressentie par les consommateurs parce qu'ils étaient en train de se familiariser avec la nouvelle monnaie.

² In Attitudes sur l'Euro – Zone Euro – Commission européenne – Eos Gallup Mai 2002



En Allemagne, le phénomène s'est traduit dans la presse par une expression : le "teuro" (contraction du mot « teuer » - cher et du nom de la nouvelle monnaie)³. De plus, le pays est actuellement accusé de devenir le mauvais élève de l'union de par son déficit budgétaire, qui peine à entrer dans le cadre du pacte de stabilité, renforçant vraisemblablement l'idée qu'euro et difficultés vont de pair.

Au rayon des insatisfaits les Néerlandais figurent en bonne place : comparés aux autres pays, alors que ces derniers se sentaient relativement à l'abri de difficultés liées au passage à l'Euro en mai 2001 (24%) et que 16% estimaient spontanément que l'Euro ne changerait rien⁴ dans leur quotidien, plus du tiers juge aujourd'hui que la monnaie unique a entraîné des difficultés (35%). Pourtant, en dépit d'une mise en place extrêmement rapide, (le pays a connu la plus courte période de transition entre euro et disparition du florin, de la zone euro : trois semaines), quelques jours après sa mise en circulation, un porte parole de la Banque centrale des Pays Bas soulignait la promptitude des Néerlandais à adopter l'euro : cinq jours après sa mise en place, 75% des achats avaient été effectués dans la nouvelle monnaie. Cette réserve serait elle à rapprocher de la hausse des prix sensible sur quantité d'articles de consommation courante, dénoncée par le Consumentenbond, association nationale de consommateurs ou plus largement de la conjoncture économique du pays ?

Dans une moindre mesure, car les opinions restent inférieures à la moyenne européenne, le phénomène analogue peut être souligné en Espagne : alors que les Espagnols étaient de tous les Européens interrogés les plus sereins face au changement de monnaie (10% associaient euro et difficultés), la disparition de la pesete a entraîné un regain d'opinions négatives et la perception des difficultés enregistre une hausse significative de 10 points (20%).

1.2. Un bilan chez les voyageurs qui entérine leur caractère précurseur

La perception de l'impact de l'euro sur le rapprochement et les échanges entre les pays reste globalement plus marquée auprès des voyageurs qu'auprès de l'ensemble des Européens ; toutefois, ayant occupé une place « d'anticipateurs » en mai 2001, leur opinion n'a guère évolué, y compris sur les dimensions qui ont progressé auprès de l'ensemble du grand public : ainsi, la fréquence de déplacements à l'étranger n'a aucune influence sur la perception d'un euro catalyseur culturel. Tout au plus, on peut noter qu'ils sont moins nombreux à souligner les difficultés liées au passage à l'euro (24% auprès des voyageurs réguliers contre 31% auprès de l'ensemble des Européens).

³ In Spiegel : "Aufruf zum Kaufverzicht in Griechenland" – "So bestrafen Verbraucher die Beutelschneider" in <http://finanzen.focus.msn.de> - voir aussi http://www.courrierinternational.com/numeros/611/1972002_analyse.asp?TYPE=archives

⁴ Item non suggéré



1.3. L'impact de l'Euro : une hiérarchie globale inchangée mais qui dissimule de fortes disparités de points de vue

En dépit de résultats d'ensemble relativement stables et essentiellement marqués par la progression des points de vue quant à l'influence de la monnaie unique sur le rapprochement entre pays de la zone euro, on peut toutefois souligner que les disparités entre pays restent très marquées, avec parfois de véritablement revirements d'opinions.

Un francoptimisme qui déchanté

Comme dans la vague d'enquête précédente, la France fait cavalier seul, mais les opinions sont revues à la baisse : en mai 2001, on pouvait souligner l'optimisme français ; l'hexagone devançait tous les autres pays interrogés sur les bénéfices de l'Euro : les Français se montraient à la fois les plus fortement convaincus de l'impact de la monnaie unique sur le rapprochement des Européens (54%) et en particulier du développement des échanges économiques (64%) et s'avéraient aussi les plus optimistes quant à l'avènement d'une culture commune (36%). Résumant l'opinion paradoxale des Européens sur l'introduction d'une monnaie commune, ils se plaçaient en troisième position derrière les Allemands (43%) et les Britanniques (40%) quant à l'appréhension des difficultés à naître (27%).

Cette vague d'enquête indique que les Français sont moins « passionnés » : leurs opinions sont tout à la fois moins enthousiastes sur les bénéfices de l'Euro et leur bilan sur les difficultés moins négatif que ce qu'ils envisageaient il y a un an, les plaçant même en dernière position des Européens interrogés (14% contre 27% entre 2001). Leur perception de l'impact de l'euro sur les échanges économique s'est presque divisée par deux (35% contre 64% en 2001), tout comme l'influence de la monnaie unique sur le développement d'une culture paneuropéenne (15% contre 36% en 2001), qui positionne désormais la France en dernière place du classement.

La circonspection allemande et belge s'efface au profit d'un europtimisme prononcé

Le bilan des Allemands et des Belges s'avère plutôt positif alors qu'ils se montraient relativement circonspects quant aux avantages de l'euro, et particulièrement en Allemagne, sévères sur les inconvénients en mai 2001 (43% appréhendaient plus particulièrement les difficultés à venir versus 23% des Belges pour une moyenne européenne à 29%). Aujourd'hui, tout en maintenant leur opinion sur les difficultés engendrées par l'euro, ses bénéfices leur apparaissent plus saillants et positionnent les deux pays en tête des europtimistes : plus de la moitié des Allemands et des Belges s'accordent sur l'impact de l'euro sur les échanges économiques (51% des Allemands – soit + 14 points - et 54% des Belges – soit 13 points) et dans une proportion proche, pensent que l'euro a rapproché les Européens (54% des Allemands – soit + 19 points - et 45% des Belges – soit + 10 points -).



De même, leur perception de l'influence de la monnaie unique sur la création d'une culture commune recueille des scores supérieurs à la moyenne européenne : 28% des Belges et 26% des Allemands s'accordent sur ce point de vue, soit une évolution de 9 points par rapport à la précédente enquête.

Le Royaume Uni : une anticipation négative qui fait place à des opinions dans la moyenne européenne

Sous l'impulsion de l'eurooptimisme et de la mise en place assez sereine de l'euro en France, le gouverneur de la banque de France, Jean-Claude Trichet estimait que le succès du passage à monnaie unique achèverait probablement convaincre les pays réfractaires à l'adopter. Les résultats de cette vague d'enquête invitent ainsi à se tourner vers l'un d'eux, le Royaume Uni, dont on pressent effectivement les prémices d'un changement d'opinion.

Pour mémoire, en mai 2001, les Britanniques se positionnaient en marge des autres pays interrogés : il apparaît dans cette enquête que leur anticipation négative décline : les Britanniques se placent en effet sur toutes les propositions qui leur étaient faites au dessus de la moyenne européenne alors qu'ils étaient dans la position inverse lors de la dernière vague d'enquête.

Pour exemple, si seul un quart des interviewés jugeait que l'Euro aurait un impact sur les relations entre Européens (25%) et une même proportion, sur les échanges économiques, aujourd'hui, les Britanniques s'approchent de la moyenne européenne. Certes, la perception des difficultés continue de dominer et reste l'item sur lequel le plus grand nombre d'interviewés s'accordent (44% versus 40% en mai 2001), mais l'opinion sur les bénéfices a progressé : 38% croient désormais aux vertus de l'euro sur les échanges économiques (+16 points) et le rapprochement entre les européens (+ 9 points).

La progression la plus spectaculaire est à noter sur l'influence de l'euro sur le développement d'une culture commune qui réunit maintenant 25% des Britanniques alors que seuls 7% d'entre eux y croyaient en mai 2001.



II. Des bénéfiques pratiques de plus en plus palpables

2.1. Le consommateur européen en marche ?

Si les Européens manifestent plus qu'avant cette perception du développement du lien entre Européens, c'est peut être aussi parce que les facilités développées grâce à la monnaie commune leur apparaissent plus tangibles qu'avant sa mise en place. Là encore, la hiérarchie des items se trouve inchangée mais les opinions ont fortement évolué. Seule « ombre » à ce tableau, il existe encore un fort décalage entre l'opinion des Européens et leurs comportements effectifs, mais on peut aussi considérer cette première comme un prélude nécessaire au second.

Comme en mai 2001, les réponses recueillies à la question de l'impact de l'euro sur la mobilité et la consommation s'avèrent assez peu consensuelles et soulignent que l'*Euroconsommateur* n'en est encore qu'à sa genèse ; alors que les résultats de l'enquête sont plutôt mouvants, ce résultat est l'un des rares à observer une large stabilité. En revanche, les facilités développées par l'euro en terme de consommation sont plus largement reconnues. Les deux tiers des interviewés s'accordent sur le bénéfice de comparaison des prix entre pays (63% versus 47% en mai 2001) et ils sont désormais quatre sur dix (42%) contre seulement un quart en mai 2001 (25%) à imaginer que la monnaie unique aura une véritable incidence sur les achats dans l'Euroland.

Dans la pratique toutefois, la proportion d'Européens qui pense davantage consommer dans l'Euroland reste stable et concernerait tout de même un cinquième d'entre eux (17% contre 20% des répondants en mai 2001). Ce résultat devrait inviter la Commission à trouver une issue favorable aux problèmes d'harmonisation réglementaire des promotions et soldes européens, dont le marché est estimé par la Commission européenne à plus de 40 milliards d'euros par an.

Spécifiquement sur les achats en ligne, le taux d'équipement à Internet étant très variable d'un pays à un autre, la proportion reste moindre, mais enregistre une honorable progression, et s'établit même au niveau obtenu par les achats off line en mai 2001 (25% soit + 9 points). Un tiers des Européens connectés à Internet partage d'ailleurs ce point de vue (32%).



2.2. Un encouragement à la mobilité de plus en plus palpable

Au chapitre des bénéfices pratiques engendrés par l'euro, l'évolution la plus notable concerne en fait la perception de la mobilité géographique : aujourd'hui, près de six Européens sur dix associe euro et facilité à voyager dans les autres pays de la zone (58%) contre seulement un tiers l'année dernière (33%). Et même si, comme dans la vague d'enquête précédente, plus de la moitié des Européens interrogés n'envisage ni de voyager, ni de consommer davantage dans la zone Euro (59% versus 55% en mai 2001 pour tous les pays hors Royaume Uni), un cinquième est d'avis que l'Euro aura une incidence sur leurs propres habitudes de déplacement en Europe : 19% des Européens (hors GB) pensent en profiter pour voyager davantage (versus 22% en mai 2001, soit un résultat stable). Une nouvelle fois, ces résultats sont d'autant plus encourageants que la réalité des déplacements est faible : seuls 10% des Européens voyagent au moins une fois par trimestre, 36% voyagent une à trois fois par an et un tiers des Européens ne se déplace jamais à l'étranger (34%).

Les 18-35 ans : « Génération Balluchon » ?

En terme de disparités socio-démographiques, les jeunes Européens concrétisent leur optimisme à travers cette question : ils se montrent quasi systématiquement plus enclins que leurs aînés à voir dans la monnaie unique une source d'opportunités. Ainsi, 26% des moins de 35 ans pensent qu'ils voyageront davantage avec l'euro (contre 16% de leurs aînés) et 23% qu'ils consommeront davantage outre frontières (contre 14% de leurs aînés). Par ailleurs, pouvoir d'achat oblige, rien d'étonnant à ce que ces intentions soient également plus fortement marquées auprès des Européens bénéficiant de niveaux socioculturels les plus élevés : les intentions de voyages s'élèvent à 31% auprès des indépendants et 21% auprès des cadres quand les intentions de consommer davantage dans la zone euro s'établissent à 22% et 18% auprès de ces cibles. Dans la même logique, les facilités développées grâce à la monnaie unique sont davantage perçues par ces mêmes personnes que par l'ensemble des Européens.

2.3. Des voyageurs plus europhiles que l'ensemble des Européens

Enfin, si on constate la même différence entre voyageurs et non voyageurs, ceci doit être plus simplement rapproché de la structure de la population « voyageurs » en Europe : 74% des personnes exerçant leur profession en indépendants et 90% des cadres déclarent voyager au moins une fois par an à l'étranger contre 66% de l'ensemble des Européens. De même, 74% des jeunes de moins de 35 ans voyagent, ne serait-ce qu'occasionnellement, contre 63% de leurs aînés.



Au final donc, les facilités développées par la monnaie commune sont davantage reconnues par les Européens voyageant habituellement à l'étranger et restent comme dans la vague d'enquête précédente, globalement plus prononcées avec la fréquence de déplacements. On peut toutefois souligner le fait qu'au fil du temps, ces convictions se renforcent : si les Européens voyageant à l'étranger tirent un bilan global de l'euro finalement assez proche de celui des européens plus sédentaires - simplement parce qu'ils l'avaient anticipé davantage que ces derniers lors de la vague d'enquête précédente - ils ont en revanche tendance à encore plus reconnaître les bénéfiques pratiques de l'euro aujourd'hui, peut être aussi parce qu'ils ont pu faire l'expérience des situations proposées dans l'enquête.

- Ainsi, en mai 2001, 53% des Européens se déplaçant au minimum une fois par an à l'étranger pensaient que l'Euro faciliterait la comparaison des prix (contre 39% des non voyageurs) , ils sont aujourd'hui 72% à partager ce point de vue et même 77% pour les plus mobiles d'entre eux. Près de la moitié des voyageurs pensent d'ailleurs que la monnaie unique facilite les achats outre frontière (44%) alors qu'il y a un an et demi, seuls 27% partageaient ce point de vue. On notera par ailleurs que les évolutions sont encore plus saillantes auprès des voyageurs occasionnels qu'auprès des voyageurs réguliers (+19 points pour la comparaison des prix et +17 points pour la possibilité de réaliser ses achats sans changer d'argent), entérinant l'hypothèse formulée en mai dernier : l'euro jouera vraisemblablement davantage un rôle de catalyseur des habitudes plus qu'une révolution.
- Dans la même lignée, on peut aussi souligner l'écart qui se creuse entre les Européens ayant déjà l'habitude, même occasionnelle, de voyager et les plus sédentaires d'entre eux sur la question des changements de comportements de consommation : à la question « Avec le passage à l'Euro, pensez-vous que vous allez acheter plus de produits qu'avant dans les autres pays européens ? », un cinquième des voyageurs répond par l'affirmative (20%) contre 11% des Européens qui ne se déplacent pas. Or, en mai 2001, 11% d'entre eux pensaient que ce serait le cas.
- Il n'est guère que le développement des achats sur internet, qui appelle par essence à un comportement plus sédentaire, à être moins influencé par ce critère.

Selon vous, disposer d'une monnaie unique dans les différents pays européens va faciliter...

La comparaison du prix des produits entre les pays	Ensemble	Voyageurs tous pays	Non Voyageurs	Voyageurs Réguliers tous pays	Voyageurs Occasionnels tous pays
	%	%	%	%	%
• <i>RAPPEL MAI 2001</i>	47	53	39	60	52
• <i>SEPTEMBRE 2002</i>	63	72	46	77	71
Le développement des achats dans les pays de la zone Euro					
• <i>RAPPEL MAI 2001</i>	25	27	23	31	27
• <i>SEPTEMBRE 2002</i>	42	44	37	45	44
Le développement des achats sur Internet					
• <i>RAPPEL MAI 2001</i>	16	17	13	18	17
• <i>SEPTEMBRE 2002</i>	25	28	19	27	28

Avec le passage à l'Euro, pensez-vous que vous allez acheter plus de produits qu'avant dans les autres pays européens ?	Ensemble	Voyageurs tous pays	Non Voyageurs	Voyageurs Réguliers tous pays	Voyageurs Occasionnels tous pays
	%	%	%	%	%
REPONSE « OUI » HORS Royaume-Uni					
• <i>RAPPEL MAI 2001</i>	20	23	17	29	22
• <i>SEPTEMBRE 2002</i>	17	20	11	24	19



Les voyageurs voyageront-ils plus ?

Comme le souligne déjà la forte évolution des résultats d'ensemble sur cette question (+ 25 points), les Européens qui voyagent déjà au moins une fois par an sont encore plus enclins à penser que la monnaie unique aura des répercussions sur leurs déplacements : les deux tiers d'entre eux (65%) s'accordent sur la facilité que constitue l'Euro pour voyager dans les autres pays de la zone alors qu'ils n'étaient que 37% à le penser en mai 2001 (soit une évolution de 28 points).

Au delà de cette progression par rapport à la vague d'enquête antérieure, ce point met en évidence la création d'un clivage entre voyageurs et non voyageurs : en mai 2001, les bénéficiaires de la monnaie unique lors des voyages étaient sensiblement différemment perçus selon les habitudes de déplacement des Européens, mais les écarts n'étaient pas aussi forts que ce l'on pouvait attendre (4 points), laissant penser que loin de se sentir exclus des bénéfices de l'Euro, les non voyageurs pourraient au contraire en profiter pour changer leurs habitudes. La ligne de partage apparaît désormais de façon plus saillante entre ces deux populations (19 points), bien que près de la moitié des Européens ne se déplaçant jamais outre frontière croit aux vertus incitatives de l'euro pour voyager (46%).

Selon vous, disposer d'une monnaie unique dans les différents pays européens va faciliter...

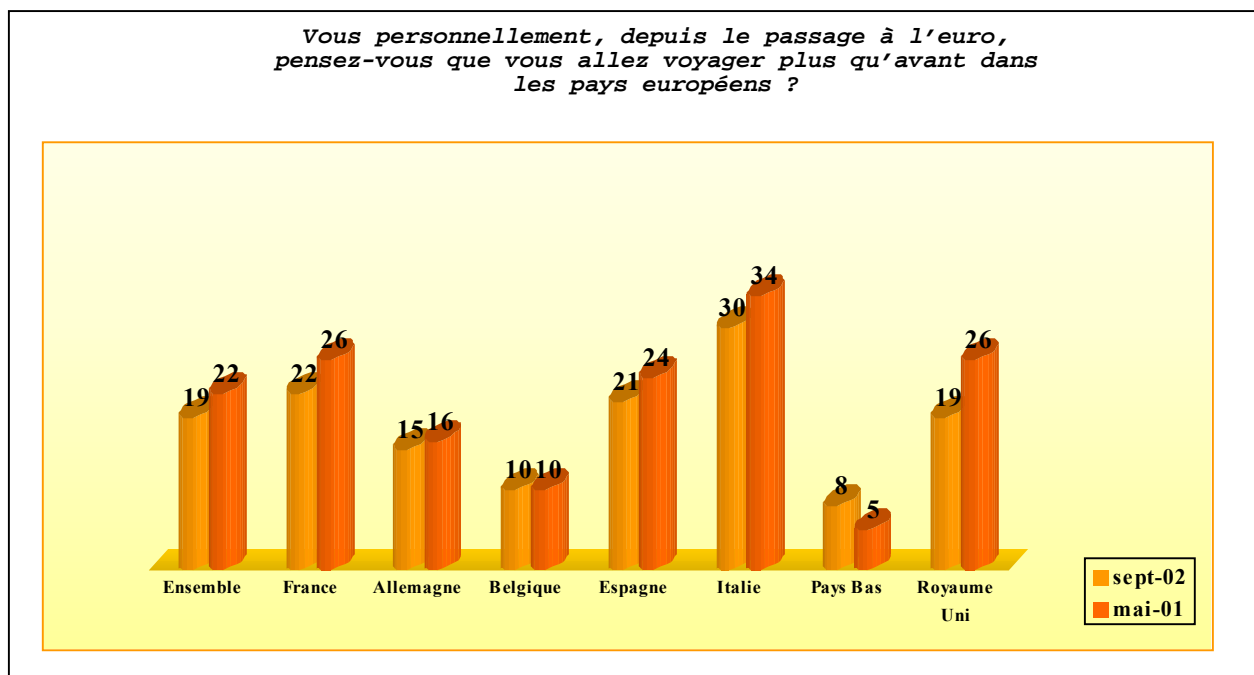
Les voyages dans les autres pays européens	Ensemble %	Voyageurs tous pays %	Non Voyageurs %	Voyageurs Réguliers tous pays %	Voyageurs Occasionnels tous pays %
• RAPPEL MAI 2001	33	37	29	36	37
• SEPTEMBRE 2002	58	65	46	67	64

Dans la pratique, sans évolution par rapport à l'enquête réalisée avant la mise en place de l'euro, un cinquième des Européens pense en profiter pour davantage voyager (hors GB). Par ailleurs, le phénomène « euro catalyseur » mis en évidence en mai 2001 se confirme aujourd'hui : ce n'est en effet pas tant auprès des voyageurs les plus assidus que les intentions de déplacements sont marquées (19% contre 20% en mai 2001) qu'auprès des voyageurs occasionnels, qui, déjà acquis timidement à la démarche des voyages, en profiteront plus volontiers pour traverser les frontières (23% contre 24% en mai 2001).

Vous personnellement, depuis le passage à l'euro, pensez-vous que vous allez voyager plus qu'avant dans les pays européens ?

Réponse « Oui » HORS Royaume-Uni	Ensemble %	Voyageurs tous pays %	Non Voyageurs %	Voyageurs Réguliers tous pays %	Voyageurs Occasionnels tous pays %
• RAPPEL MAI 2001	22	24	19	20	24
• SEPTEMBRE 2002	19	22	14	19	23

Très logiquement, on retrouve ce phénomène entre pays interrogés : les intentions de déplacement des Européens sont inversement proportionnelles à leurs habitudes actuelles. Ainsi, les voyageurs les plus assidus actuellement, Néerlandais, Belges, Allemands et Britanniques sont plutôt moins enclins que l'ensemble des Européens à penser qu'ils se déplaceront davantage qu'avant ; quand les Français, Espagnols et Italiens croient davantage aux vertus de la monnaie unique pour les inviter à voyager.





2.4. Des différences entre pays qui restent très prononcées

En France : L'eurodynamomètre à zéro

En mai 2001, les Français confortaient leur eurooptimisme à travers la question des bénéfiques pratiques de la monnaie unique. Aujourd'hui, le phénomène inverse est d'autant plus palpable, qu'il s'inscrit à parfait contre-courant de l'opinion de l'ensemble des Européens : quand l'ensemble des propositions qui sont faites aux autres pays enregistre dans chacun d'entre eux une évolution favorable, le replis hexagonal fait mine de passage au rouge. Cette évolution est d'autant plus frappante que les décotes enregistrées en France en un an et demi sont inversement proportionnelles aux hausses observées dans l'ensemble de l'Europe : pour exemple, lorsqu'on compte 25% d'Européens en plus à associer euro et facilité à voyager, on compte autant de Français à changer d'avis (36% partagent ce point de vue aujourd'hui contre 58% en mai 2001).

Le phénomène analogue peut être observé quant à l'impact de l'euro sur la consommation dans l'euroland.

Toujours majoritairement convaincus de l'impact de l'euro sur la facilité à appréhender les prix dans l'euroland, les Français ne sont toutefois plus que la moitié (51%) à partager ce point de vue (contre 71% en mai 2001 soit une chute de 20 points à mettre en parallèle à la hausse de 16 points enregistrée dans l'ensemble des pays interrogés) et ils ne sont plus que 35% à penser que l'euro facilite le développement des achats dans la zone euro contre 60% en mai 2001.

S'il est vrai que les Français ont plutôt tendance à moins voyager à l'étranger que leurs homologues européens et seraient donc moins naturellement enclins à « pratiquer » l'euro outre frontière, il est curieux que l'optimisme ait été aussi fort avant l'introduction de la monnaie unique, indépendamment de leurs habitudes de déplacement. Ce changement d'attitude peut également être observé à travers leur perception du développement des achats sur internet : alors, qu'ils sont moins Internautes que les Européens (environ 30% des Français disposent d'une connexion à Internet contre 44% pour l'ensemble des pays interrogés), les Français étaient en mai 2001 les plus acquis à l'idée que la monnaie unique développerait les achats en ligne (39% contre 16% de citations de l'ensemble) ; aujourd'hui, alors que 25% des Européens partagent ce point de vue, il n'est plus que 12% des Français à le penser.



Les Pays Bas, l'Allemagne et la Belgique toujours plus convaincus par les bénéfices de l'Euro

Ces trois pays déjà globalement plutôt acquis aux bénéfices de l'Euro sur les facilités à consommer à l'étranger et à se déplacer dans l'Euroland dans la vague d'enquête précédente maintiennent leur position au dessus de la moyenne européenne. Ils sont toutefois rejoints par les Britanniques dont l'évolution des points de vue enregistre une très forte hausse.

L'impact de la monnaie unique sur la facilité à se déplacer convainc prioritairement les Néerlandais (76% soit + 44 points), les Britanniques (75% soit + 57 points), les Belges (74% soit + 37 points) et les Allemands (69% soit + 33 points), ce qui peut être rapproché de leurs habitudes de déplacements à l'étranger : 18% des Néerlandais, 17% des Belges et 12% des Allemands voyagent au moins une fois tous les deux ou trois mois contre 10% pour l'ensemble des pays). Les Britanniques se déplacent un peu moins régulièrement mais totalisent au global un assez grand nombre de déplacements comparés à l'ensemble des Européens (80% de voyageurs au moins une fois par an versus 66% pour l'ensemble).

Ces perceptions ne se démentent pas lorsqu'il s'agit de voir l'euro comme monnaie d'échange dans l'euroland : une très forte majorité des Néerlandais (87% + 29 points), des Belges (85%) s'accorde sur les bénéfices de l'euro pour comparer les prix à l'étranger ; dans une moindre proportion, mais toujours avec des résultats au dessus de la moyenne européenne, 64% des Belges (soit une évolution de 43 points) et 56% des Néerlandais (+ 42 points) jugent que l'euro facilite le développement des achats dans la zone euro. Le caractère relativement consensuel de ces résultats doit une nouvelle fois être rapproché des habitudes de déplacements des interviewés, mais aussi peut être du fait que ces pays misent aussi sur l'euro tourisme⁵, notamment sous l'impulsion d'une meilleure desserte ferroviaire.

Au Royaume Uni : Euro Welcome

Scénario identique dans les grands magasins comme Selfridges, Virgin Megastore, Marks&Spencer, WH Smith ou Boots : les Britanniques acceptent les paiements en euro depuis sa mise en circulation. Selon la Chambre de commerce du Royaume-Uni, une bonne moitié des grands magasins londoniens acceptent les paiements en euros des clients et certains supermarchés (Sainsbury, Tesco, Asda et B&Q) ont ainsi acheté des consigneurs de chariots acceptant les pièces d'euro et de livres sterling. Cette infiltration de l'euro au pays de sa Majesté pourrait-elle expliquer la très forte évolution des points de vue en Grande Bretagne lorsqu'il s'agit de voir dans la *single currency* une motivation aux échanges dans l'euroland ? L'inverse est aussi vrai : des communes comme Calais en France misent beaucoup sur l'euro tourisme, notamment à l'attention des Britanniques, pour se développer et transformer les « short breaks » des Anglais en séjour de plus longue durée.

⁵ <http://pro.opt.be/fa/pdf/courtesvacancesbritanniques.PDF>



Pour certaines, cette valorisation est si importante, qu'une campagne de familiarisation à l'euro à l'attention des Anglais a été mise en place dès sa mise en circulation par la Chambre de Commerce du Calaisis.

Toujours est-il que près des trois quarts des Britanniques (72%) pensent aujourd'hui que l'euro facilite la comparaison du prix des produits à l'étranger contre 33% en mai 2001 et la majorité s'accorde sur le développement des achats dans la zone euro (52% contre 11% en mai 2001). Sans avoir d'ailleurs à passer le Channel, les Britanniques comptent aussi parmi les Européens les plus convaincus, après les Néerlandais fortement connectés, des vertus de l'euro lorsqu'il s'agit d'acheter sur Internet : 37% le pensent contre 25% de l'ensemble des Européens (soit une progression de 26 points depuis mai 2001).

L'euroconviction gagne les Italiens et les Espagnols

En retrait par rapport à l'ensemble des Européens, les Espagnols et les Italiens se laissent toutefois gagner par la conviction que l'euro peut aussi avoir des avantages pratiques. Quoique leur opinion s'établisse en deçà de la moyenne, l'évolution des points de vue suit en proportion semblable celle de l'ensemble des Européens. Il faut souligner que ces deux pays étaient en mai 2001 plutôt sceptiques quant au développement des échanges économiques entre pays grâce à l'Euro, les Espagnols se montraient également peu convaincus de son impact sur leurs comportements d'achat et leurs déplacements à l'étranger (tous les items proposés recueillaient des scores inférieurs à 30%). Aujourd'hui, une courte majorité des Espagnols pense que l'euro constitue une facilité pour les voyages (51% soit + 24 points) et 39% des Italiens partagent ce point de vue (+17 points). Près de la moitié s'accordent sur le fait que la monnaie unique facilite la comparaison du prix des produits (43% pour les Espagnols soit une évolution de 16 points et 49% des Italiens soit une évolution de 15 points). Un peu en retrait par rapport à la moyenne européenne, 38% des Italiens et 36% des Espagnols (soit une évolution de 15 points) y voient aussi un argument de développement des achats dans la zone euro (+ 22 points).

Cette relative réserve doit vraisemblablement être rapprochée de leurs habitudes de déplacement à l'étranger car ils sont, de tous les pays interrogés, également les plus sédentaires : 62% des Espagnols et 53% des Italiens ne quittent en effet jamais le territoire national (contre 34% de l'ensemble des Européens).



III. Dans ce contexte, quid de la restauration des anciennes monnaies ?

S'ils avaient la possibilité de ré-écrire l'histoire, une courte majorité des Européens choisirait de maintenir l'euro (53%) contre 45% d'entre eux, qui favoriseraient leur ancienne monnaie nationale. Le coude à coude est également perceptible aux extrêmes car on compte presque autant d'Européens foncièrement nostalgiques (28%) que « d'amnésiques » de leur ancienne monnaie (32%). La question divise donc les Européens, qui ont plutôt tendance à avoir une opinion ferme sur le sujet (d'ailleurs, si l'on considère le taux de non réponse comme indicateur d'indifférence, celui-ci est extrêmement bas : 2%).

Ceci est la résultante d'une vision « schizophrénique » des Européens : d'une part majoritairement convaincus que l'euro présente plus d'inconvénients que d'avantages pour le consommateur, les Européens sont majoritairement persuadés par les bénéfices de l'euro sur le rayonnement international de l'Europe : 68% des interviewés pensent en effet que l'euro va contribuer à rendre l'Europe plus forte face au reste du monde et 31% en sont même tout à fait convaincus. Signe extérieur de conviction : le ratio entre les moins (12%) et les plus convaincus est favorable à la nouvelle monnaie. Ces éléments tendraient à souligner la position ambivalente des Européens face au sujet : encore secoués par les difficultés pratiques liées au passage à la nouvelle monnaie et assez acquis aux bénéfices, notamment économiques qu'on peut en attendre, le cœur balance.

3.1. Les euronostalgiques sont aussi les plus secoués par les difficultés pratiques

Dans le détail, le profil des plus nostalgiques correspond peu ou prou à celui des Européens qui ont le plus difficilement passé ce moment (d'ailleurs, 47% des Européens qui associent euro et difficultés souhaiteraient fermement pouvoir revenir à leur ancienne monnaie) : concrètement, les femmes (53% dont 34% partagent tout à fait cette opinion), les plus âgés (31% des plus de 65 ans contre 23% des 18-24 ans), les Européens disposant de revenus les plus modestes (37% contre 23% des plus favorisés) se montrent les plus convaincus des vertus d'un retour à leurs anciens repères. Deux éléments peuvent entrer en ligne de compte : d'une part, ces populations sont celles auprès desquelles le niveau d'information sur l'euro était le plus faible avant la mise en circulation ; d'autre part, en dépit des précautions prises par l'ensemble des institutions concernées, la mise en place de la monnaie unique a été associée à une hausse des prix sur de nombreux biens de consommation courante et correspond plus largement à une reprise de l'inflation dans nombre de pays interrogés, qui fragilise plus directement les plus modestes.

Inversement, les Européens les plus acquis à l'idée que l'euro contribuera à rendre l'Europe plus forte face au reste du monde sont plus particulièrement représentés auprès des hommes (38% contre 23% des femmes), des jeunes (72% des moins de 35 ans partagent globalement ce point de vue contre 66% des plus âgés), et des Européens de niveaux socio-culturels les plus favorisés (auprès des cadres et indépendants, l'approbation à cette question dépasse les 80% contre 68% pour la moyenne des répondants).



3.2. Pas de regret pour le franc belge mais une forte nostalgie pour le florin

Les disparités entre pays ne sont pas aussi fortes que ne laissent apparaître les résultats aux questions précédentes :

Les Belges se positionnent de loin comme les plus europhiles avec un quart d'interviewés à souhaiter le retour du franc (28% dont 14% « tout à fait »), et cela indépendamment des clivages régionaux.

Suivent les Espagnols et Italiens, dont le souhait de recouvrer la pesette et la lire se place tout juste sous la moyenne européenne : 43% des Espagnols et 44% des Italiens aimeraient ré-écrire l'histoire au profit de la monnaie nationale avec une proportion de 22% de très convaincus en Espagne et 25% en Italie. La France et l'Allemagne talonnent ces derniers, avec des perceptions tout juste dans la moyenne européenne et une opinion divisée à parts quasi égales entre pro et anti (47% des Français souhaiteraient restaurer le franc dont 30% « tout à fait » versus 48% des Allemands souhaitant le retour du mark avec une proportion identique de tout à fait convaincus). Tout au plus, les Français sont sensiblement moins eurosceptiques si l'on observe le nombre d'interviewés à ne pas du tout choisir le franc au dépens de l'euro (37% contre 25% des Allemands).

D'ailleurs, on voit bien ici combien les écarts entre groupes ne sont pas véritablement significatifs car on compte finalement plus de Français foncièrement hostiles au rétablissement du franc (37%) qu'en Espagne (23%) ou en Italie (22%) , où les opinions modérées dominent.

En revanche, un pays se positionne véritablement en vis à vis eurosceptique de la Belgique : les Pays Bas où plus de la moitié de la population souhaiterait un retour du florin (53%) dont 42% de convaincus. Parallèlement, c'est aussi le pays interrogé où les pro-euro sont les moins représentés avec l'Allemagne (26% versus 25% en Allemagne) et un ratio entre les extrêmes favorable au rétablissement de l'ancienne monnaie.



3.3. La contribution de l'euro à la puissance de l'Europe : les Pays Bas confirment leur scepticisme

Là encore le delta entre pays est finalement assez peu prononcé car la large majorité des pays interrogés se place au dessus de la moyenne européenne (68%) : les Italiens se positionnent en tête des Européens à penser que l'euro aura des répercussions favorables sur la puissance du Vieux continent (78% le pensent dont 34% qui partagent tout à fait cette opinion), suivis des Espagnols (75% dont 39% de « tout à fait d'accord »). L'Allemagne se positionne juste derrière avec 73% de convaincus (dont 28% de tout à fait d'accord).

Les Français ont des perceptions plus ambivalentes sur le sujet : globalement aussi convaincus que les Allemands (72%), les Français sont aussi partagés entre 33% de tout à fait convaincus versus 13% de très sceptiques.

Les deux tiers des Belges s'accordent également sur l'impact de la monnaie unique sur le rayonnement de l'Europe (69%).

En fait, les Néerlandais se placent de loin comme les plus eurosceptiques sur cette question : si un peu plus de la moitié des interviewés parie sur les répercussions de la monnaie unique, 37% en doutent (dont 19% d'opposants).

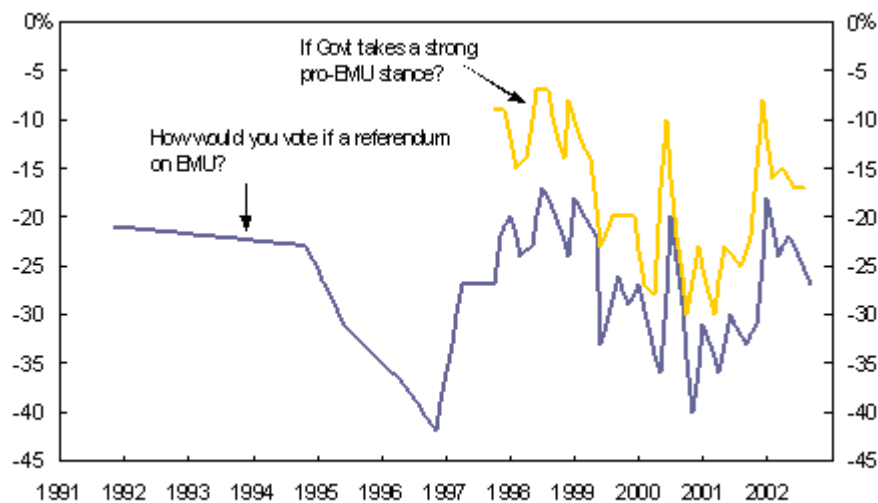
IV. Près de quatre Britanniques sur 10 disent oui l'euro

Alors que l'Union parie sur 25 membres, mais aussi où trois pays restent en marge de la monnaie unique, l'Observatoire Thalys a souhaité savoir comment les Britanniques se positionnent sur le sujet. A en croire la presse britannique, s'ils n'ont pas, évidemment, retourné leur veste du jour au lendemain, les Anglais ont manifesté des signes d'intérêt pour l'euro dès les premiers jours de sa mise en circulation.

Les éléments de l'étude d'aujourd'hui mettent en évidence leur reconnaissance pour un certain nombre de bénéfices liés au passage à l'euro, quoique leur perception des difficultés engendrées restent fortes (voir plus haut). Si l'étude réalisée pour l'Observatoire Thalys indique que la majorité reste traditionnellement contre l'adoption de l'euro : 58% dont 26% de réfractaires contre tout de même 39% d'Anglais favorables (dont 22% tout à fait favorables), les sondages réalisés en Grande-Bretagne au cours des cinq dernières années montrent une évolution de l'opinion de la population.

Ainsi, le graphique suivant présente les résultats des enquêtes réalisées par l'institut Mori pour le cabinet Schroder Salomon Smith Barney⁶. La première question porte sur la position des Britanniques dans le cadre d'un référendum sur la monnaie unique ; afin de « durcir » les positions, la même question est posée si le gouvernement enjoignait fortement la Grande Bretagne à adhérer à la monnaie unique. Il apparaît clairement qu'un pic a été enregistré au tout début de l'année 2002, confortant ainsi les intuitions des médias ; les points de vue favorables tendent à observer un recul depuis quelques mois, vraisemblablement en raison du ralentissement économique et surtout des grands débats sur les critères à respecter dans le cadre du pacte de stabilité.

Solde des opinions pour l'entrée du Royaume Uni dans l'union monétaire



Note méthodologique

La dernière vague d'enquête a été conduite entre le 12 et le 17 September 2002, auprès d'une échantillon représentatif de la population âgée de 18 ans et plus (2022 personnes). Sources: MORI Financial Services et Schroder Salomon Smith Barney.

⁶ Source : Mori – Consulter l'ensemble des tableaux sur <http://www.mori.com/europe/index.shtml> [Attitudes towards Europe \(trends\)](#)



Des résistances à rapprocher de la perception de l'impact de l'euro sur le rayonnement international du Vieux Continent

Il est vrai que les Britanniques sont très attachés à la préservation de la compétitivité de la City et à la spécificité de leur économie et craignent l'uniformisation des décisions monétaires. Le pacte de stabilité constitue à leurs yeux une condamnation de leur souveraineté monétaire et la zone de turbulences rencontrée actuellement par certains états membres (notamment l'Allemagne et la France) ne fait que renforcer cet argument en défaveur de l'adoption de la monnaie unique.

Par ailleurs, le Royaume Uni réalise actuellement une large part de ses exportations hors de la zone euro ; cette donnée apporte également de l'eau au moulin des eurosceptiques qui jugent de fait que le dollar compte autant que l'euro. De fait, un référendum n'aura de chance de succès que si l'électorat perçoit l'abandon de la livre comme une source d'enrichissement. Or, les Britanniques restent parmi tous les Européens interrogés les plus partagés sur l'impact de l'euro sur la puissance internationale de l'Europe : 49% croient à la contribution de la monnaie unique dans le rayonnement économique du Vieux Continent (contre 45% de sceptiques) alors que la moyenne européenne s'établit à 68%. Il apparaît clairement dans l'étude que cette perception contribue fortement à l'attitude des interviewés : une écrasante majorité des partisans de l'adoption de l'euro pense qu'il contribue à la puissance de l'Europe (90%) alors qu'ils ne sont que 20% auprès des opposants à l'adoption de la monnaie unique.

Comme pour l'ensemble des Européens, les Britanniques ayant davantage l'habitude de se déplacer à l'étranger se montrent plus enclins à l'adoption de la monnaie unique : un quart des interviewés (24%) voyageant au moins une fois par an outre manche et globalement près de la moitié des voyageurs (43%) souhaiteraient voir la livre disparaître contre 54% d'opposants. Le profil des partisans de l'adoption de l'euro réunit en Grande Bretagne, les hommes, de niveaux d'instruction et de catégories socio-professionnelles les plus élevés.



Pour conclure

La perception de l'euro chez les Européens reste dominée par une vision macro-économique : l'euro continue d'apparaître essentiellement aux Européens comme un outil de développement des échanges économiques entre pays membres et ils sont une majorité à penser que la monnaie unique contribuera à la puissance internationale du Vieux Continent.

Les perceptions évoluent toutefois sur des dimensions plus concrètes : l'union monétaire apparaît davantage comme un moyen de rapprochement des populations et notamment de création de référents identitaires communs entre les Européens. Par ailleurs, ceux-ci reconnaissent davantage à l'euro son caractère « facilitateur » pour la consommation et les voyages outre frontières. Si les intentions de déplacements à l'étranger sous l'impulsion de l'euro restent circonscrites à un cinquième de la population européenne, on observe toutefois une très forte évolution de la reconnaissance de l'utilité de l'euro dans ces circonstances. Cette évolution des points de vue gagne en particulier les Européens qui voyagent le plus occasionnellement, ce qui entérinerait l'idée selon laquelle l'euro ne constituera pas une révolution, mais plutôt un catalyseur des comportements les plus timides.

L'opinion des Européens reste par ailleurs très différente suivant les pays : si la tendance à la hausse concerne l'ensemble des pays, les Belges, Néerlandais, Allemands continuent de reconnaître plus d'avantages à la nouvelle monnaie que les Espagnols et Italiens dont les perceptions s'établissent le plus généralement sous la moyenne européenne, en dépit d'une évolution marquée de l'opinion. La France se marginalise de par un regain, sinon de pessimisme, en tout cas de tempérance à l'égard de l'euro : les Français ont tendance en effet à se placer dans une position de « ni-ni », où l'indifférence l'emporte sur l'euphorie des premiers jours. Ni plus catastrophique que prévu, ni plus bénéfique, le passage à la monnaie unique génère un sentiment de mollesse.

Malgré leur enthousiasme sur ces dimensions, les Européens gardent encore un attachement fort à leur ancienne monnaie nationale et s'avèrent partagés lorsqu'on leur demande s'ils souhaiteraient la voir restaurée. Ce résultat exprime parfaitement l'ambivalence des Européens, qui pour acquis qu'ils puissent être aux bénéfices de l'euro lorsqu'il s'agit d'observer son influence macro-économique, sont en revanche beaucoup plus réservés, voire négatifs lorsqu'on parle de la monnaie unique à une échelle individuelle, notamment pour le consommateur. Les nostalgiques se retrouvent essentiellement auprès des pays qui associent le passage à l'euro à des difficultés, et les Néerlandais, qui semblent se réveiller avec un persistant mal de tête (plus de difficultés que prévues, un gros tiers de la population sceptique quant à l'impact de l'euro sur la puissance internationale de l'Europe), sont frappés par un regain d'euro-scepticisme et déplorent majoritairement la disparition du florin (53%).

Enfin, les évolutions les plus frappantes sont à noter auprès des Britanniques, dont on pressent les signes d'isolement de l'ensemble de la zone euro : de tous les Européens interrogés, ils s'avèrent en effet les plus enclins à modifier leur opinion depuis 2001. L'idée que la monnaie unique contribue à la création d'une culture paneuropéenne enregistre un bond et leur appréciation des bénéfices pratiques de l'euro caracole désormais au dessus de la moyenne européenne alors qu'elle la plombait en 2001. Parallèlement, ils associent encore fortement euro et difficultés et doutent plus que l'ensemble des Européens de son impact sur le rayonnement international de l'Europe. Synthèse de ces perceptions en dents de scie : si une part non négligeable (39%) serait favorable à l'adoption de la monnaie unique, une majorité d'entre eux ne souhaite pas encore lâcher la proie pour l'ombre, confortant l'idée selon laquelle l'argent à ses raisons que le cœur ne connaît pas.