

# Enquêtes auprès des ménages : des indications conjoncturelles précoces

Le calcul de l'indice suisse du climat de consommation a changé depuis août 2019. La nouvelle composition améliore la corrélation avec l'évolution future du PIB.  
*Felicitas Kemeny, Andreas Bachmann*

**Abrégé** La Suisse a adapté le calcul de l'indice du climat de consommation à celui de l'Union européenne. Le nouvel indice donne davantage de poids à la situation économique des ménages. Sa composition lui confère désormais une plus grande valeur prédictive et accroît sa qualité d'indicateur avancé de l'évolution du produit intérieur brut. L'indice nouvellement calculé et ses sous-indices seront désormais corrigés des variations saisonnières.

**D**epuis 1972, l'enquête sur le climat de consommation renseigne de façon fiable sur l'opinion de la population suisse concernant la situation économique. Un institut d'étude de marché mandaté par le Secrétariat à l'économie (Seco) procède quatre fois par an à une enquête téléphonique auprès de la population. Onze questions permettent d'étudier comment les personnes interrogées jugent leur propre situation économique ainsi que l'évolution macro-économique. Par exemple : « À votre avis, comment se développera la situation économique générale au cours des 12 prochains mois ? »

L'enquête sert notamment à établir l'« indice du climat de consommation ». Il s'agit de l'un des plus anciens indicateurs avancés disponibles dans le pays. Il fournit chaque trimestre des indications pour analyser la conjoncture, sur la base de quatre des onze questions posées.

En août 2019, cet indice a été adapté au nouveau mode de calcul harmonisé de l'Union euro-

péenne (UE). Alors que les questions concernant l'estimation de la situation économique générale à venir et de la situation financière future des ménages restent inchangées dans l'indice, deux nouvelles questions sont désormais prises en compte dans le calcul :

1. « Selon vous, comment s'est développé le budget de votre ménage au cours des 12 derniers mois ? »
2. « Croyez-vous le moment favorable pour faire de grandes acquisitions (par exemple : des appareils électroménagers d'importance, meubles, autos, etc.) ? »

En revanche, les anciennes questions concernant l'évolution future du chômage et les possibilités d'épargner ne sont plus prises en compte.

Cette adaptation vise tout d'abord à améliorer la valeur prédictive de l'indice et à augmenter ainsi la fiabilité des prévisions du produit intérieur brut (PIB). Elle permet également d'assurer la comparabilité avec les indices européens, dont le mode de calcul a également changé en 2019<sup>1</sup>. À la suite de l'introduction du nouveau mode de calcul, l'indice présente un profil saisonnier marqué (voir *encadré*). Pour éluder ce comportement saisonnier lors d'observations conjoncturelles, l'indice sera désormais

## Variations saisonnières de l'indice

Le nouvel indice du climat de consommation présente un profil saisonnier. Ces dernières années, le climat de consommation était typiquement au zénith dans l'enquête de janvier, puis se détériorait en cours d'exercice. Un profil plus ou moins similaire se retrouve dans toutes les questions concernant spécifiquement

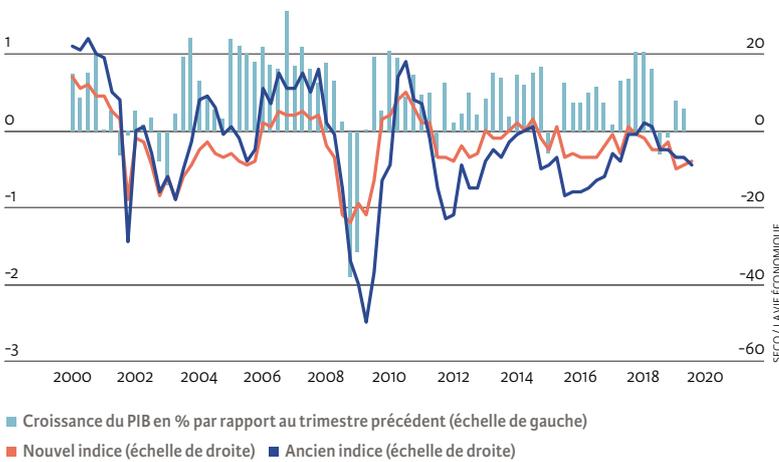
les ménages. Or, celles-ci prennent un poids accru dans le nouvel indice : trois questions sur quatre concernent désormais la situation ou les intentions du ménage, alors qu'une seule porte sur l'ensemble de l'économie. Les variations saisonnières s'expliquent notamment par les suppléments salariaux versés

typiquement en fin d'année (13<sup>e</sup> salaire, primes de performance, bonus, etc.). La situation financière des ménages tend donc à être plus favorable en janvier, ce qui explique également la plus forte tendance aux achats.

<sup>1</sup> Commission européenne (2018).

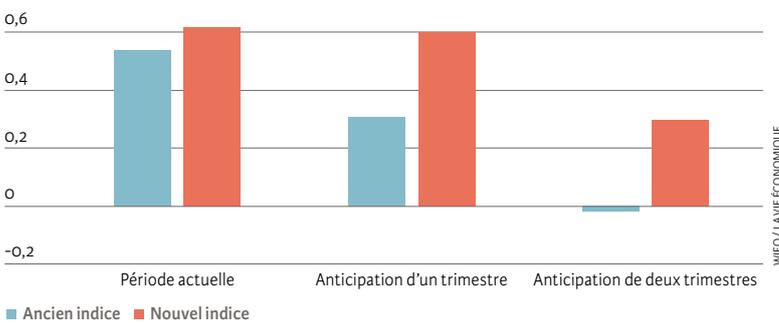
### III. 1. PIB réel et climat de consommation (corrégés des variations saisonnières)

2 Croissance du PIB, en % Points d'indice 40



### III. 2. Corrélations entre le PIB réel et le climat de consommation (corrégé des variations saisonnières ; croissance par rapport au trimestre précédent)

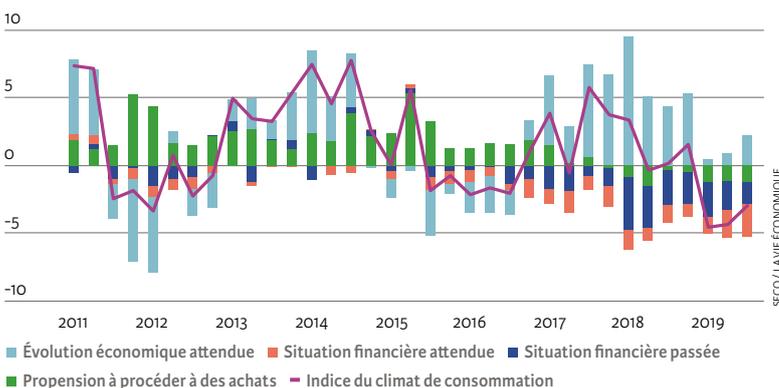
0,8 Corrélation



Le graphique représente la corrélation entre l'indice du climat de consommation et la croissance du PIB respectivement durant le même trimestre (période actuelle), au trimestre suivant et deux trimestres plus tard.

### III. 3. Contributions des sous-indices au climat de consommation (corrégé des variations saisonnières, écart par rapport à la moyenne pluriannuelle)

15 Points d'indice



publié et commenté en données corrigées des variations saisonnières.

## Identifier à temps l'évolution de la conjoncture

L'ancien et le nouvel indices présentent un tableau analogue de l'évolution conjoncturelle ces dernières décennies (voir *illustration 1*). Ainsi reflètent-ils tous deux le plongeon dramatique lors de la crise économique et financière de 2008–2009. Le « choc du franc » intervenu début 2015 avec l'abandon du taux plancher liant franc et euro par la Banque nationale suisse (BNS) ainsi que la reprise qui suivit ressortent quel que soit le mode de calcul. Quelques différences de détail apparaissent néanmoins.

Ainsi, le nouvel indice oscille moins fortement que l'ancien. Il tend en outre à afficher plus tôt l'évolution du PIB. On le voit de manière particulièrement nette au cours de la crise économique d'il y a dix ans : au sommet de la crise, le nouvel indice recule certes fortement, mais de façon moins marquée que l'ancien. Il indique plus tôt l'effondrement de l'économie à fin 2008, puis la reprise en 2009 : c'est là un premier signe que le nouveau mode de calcul aboutit à une plus forte anticipation du PIB.

Le nouvel indice est un meilleur indicateur avancé du PIB<sup>2</sup>, comme le montre sa plus forte corrélation temporelle avec la croissance du PIB du même trimestre (voir *illustration 2*). C'est là un avantage, puisque le climat de consommation est établi à chaque début de trimestre, alors que la croissance du PIB n'est publiée qu'environ deux mois après la fin du trimestre. Le climat de consommation donne donc des renseignements sur la situation conjoncturelle du trimestre en cours quatre mois avant la publication des données officielles concernant le PIB. Par ailleurs, la corrélation entre l'indice du climat de consommation d'un trimestre donné et la croissance du PIB au trimestre suivant augmente. Finalement, il existe une corrélation positive entre l'indice et la croissance du PIB deux trimestres plus tard<sup>3</sup>, ce qui signifie que le caractère prédictif de l'indice augmente fortement et que sa qualité d'indicateur avancé de l'évolution du PIB s'améliore.

Des tests formels quant à la valeur prédictive tendent à confirmer ces constats. Il est possible

de prédire la croissance du PIB par rapport au trimestre précédent à l'aide d'un modèle de prévision simple, une fois sans et une fois avec l'indice du climat de consommation<sup>4</sup>. Les résultats montrent que tant l'ancien indice général que le nouveau sont utiles pour prévoir le PIB.

## Regard en arrière

Au premier coup d'œil, il pourrait paraître surprenant que les deux nouvelles questions prises en compte dans l'indice éclairent le passé et le présent. Nous avons en effet tendance à penser que les prévisions concernent plutôt l'avenir. Mais à y regarder de plus près, il apparaît nettement que les nouvelles questions sélectionnées présentent les caractéristiques les plus favorables, que ce soit du point de vue théorique ou empirique.

Premièrement, la question concernant la situation financière passée du ménage remplace celle concernant l'évolution future du chômage global. Si l'on représente les deux questions sous forme de sous-indices, il s'avère que la réponse concernant l'évolution future du chômage n'a

Dans quelles dispositions se trouvent les consommateurs en matière d'achats ? un client avec deux smartphones.

pratiquement aucune valeur prédictive en ce qui concerne l'évolution conjoncturelle. Les ménages sont certes en mesure d'estimer l'évolution future du chômage de manière fiable, mais celui-ci ne suit l'évolution générale de la conjoncture qu'avec un certain retard : il n'augmente souvent qu'à partir du moment où un ralentissement de la conjoncture ou une récession dure déjà depuis plusieurs trimestres, puis augmente généralement encore légèrement alors que la reprise (mesurée par rapport au PIB) a déjà commencé. La teneur informative de ce sous-indice est donc limitée en matière de prévisions du PIB. En revanche, l'évolution de la situation financière des ménages au cours des mois précédents a assurément une certaine valeur prédictive pour le futur proche : si la situation financière s'est améliorée, par exemple grâce à des augmentations de salaire, les dépenses de consommation augmentent potentiellement aussi les mois suivants et soutiennent ainsi la conjoncture.

Le second changement est lié au remplacement de la question sur les futures possibilités d'épargner par celle concernant les intentions



actuelles d'achat. Les raisons sont ici d'ordre conceptuel. Les intentions accrues d'épargner peuvent en effet résulter d'une part d'évolutions positives (comme une augmentation de salaire), mais elles peuvent également être dues à des circonstances négatives (comme des perspectives d'emploi assombries). Le lien de ce sous-indice avec l'évolution de la conjoncture n'est donc pas univoque du point de vue théorique. En revanche, la question concernant la propension aux grandes acquisitions vise plus directement la consommation des ménages et donc la conjoncture à court terme.

Pour obtenir une vue plus différenciée de l'impact des quatre sous-indices sur l'indice général, ceux-ci ont été représentés pour les huit dernières années (voir *illustration 3*, p. 16). Il est frappant de constater que les consommateurs jugent les événements économiques de façon parfaitement différenciée, comme l'illustre nettement l'exemple du franc fort en 2011: les attentes concernant l'évolution générale de l'économie se sont assombries, la crise de l'euro en arrière-plan n'y étant sans doute pas innocente. En revanche, la propension aux grandes acquisitions a augmenté (du moins temporairement) du fait que la force du franc a soutenu le pouvoir d'achat des ménages. Une situation comparable s'observe en 2015, au moment où le franc s'est apprécié alors que la conjoncture mondiale faiblissait temporairement.

## À l'épreuve du réel

La situation s'inverse en 2017 et 2018: d'une part, les prédictions concernant l'évolution

de l'économie sont positives; d'autre part, la propre situation financière et la propension aux grandes acquisitions sont estimées de façon nettement inférieure à la moyenne. Pour cette période, les données concernant les salaires réels présentent effectivement un faible développement, alors que le PIB croît plus fortement que la moyenne.

Le nouvel indice du climat de consommation a pour la première fois dû faire ses preuves dans la pratique en août 2019. Sa qualité d'indicateur avancé semble intacte: une prédiction basée sur l'enquête de juillet indiquait une croissance du PIB de 0,3 % pour le deuxième trimestre, ce qui concorde avec l'estimation officielle publiée en septembre<sup>5</sup>. Quant à savoir si l'indice sera toujours aussi fiable, l'avenir nous le dira.



**Felicitas Kemeny**

Cheffe suppléante du secteur Conjoncture, Secrétariat d'État à l'économie (Seco), Berne

**Andreas Bachmann**

Collaborateur scientifique, secteur Conjoncture, Secrétariat d'État à l'économie (Seco), Berne

### Bibliographie

Commission européenne (2018). *A revised consumer confidence indicator*, 21 décembre.

Seco – Secrétariat d'État à l'économie (2019). *Indice du climat de consommation – méthodologie*, 5 août.

Wifo – Institut autrichien de recherche économique (2019). *An evaluation of the European Commission's concept of the consumer confidence index for Switzerland*. Étude mandatée par le Seco.

<sup>2</sup> Wifo (2019).

<sup>3</sup> Corrélations: synchrone, de 0,54 à 0,62; avec la croissance du PIB au trimestre suivant, de 0,31 à 0,6; avec la croissance du PIB deux trimestres plus tard, de -0,02 à 0,3 (données: 2e trimestre 2007 – 4e trimestre 2018).

<sup>4</sup> Voir Wifo (2019).

<sup>5</sup> [www.seco.admin.ch/pib](http://www.seco.admin.ch/pib)