



Paris, le 19 décembre 2008

Le moral des Européens et Américains au plus bas

Un sondage exclusif de l'institut **Harris Interactive**, en partenariat avec la chaîne d'information internationale **France 24** et *l'International Herald Tribune*

Le dernier sondage **Harris Interactive / FRANCE 24 / International Herald Tribune** fait le point sur l'opinion internationale en cette fin d'année 2008. Ce sondage montre notamment une inquiétude et un pessimisme sans précédent des Européens avec pour conséquence une réduction nette des dépenses programmées pour les fêtes de fin d'année. L'année 2008 a marqué l'opinion autour de deux sujets : une inquiétude, la crise financière mondiale et un espoir, l'élection de Barack Obama.

Résultats diffusés sur FRANCE 24 dans « Le journal de l'économie » le vendredi 19 décembre 2008 et publiés dans *l'International Herald Tribune* du 19 décembre 2008.

Méthodologie

Enquête réalisée en ligne par Harris Interactive, en partenariat avec FRANCE 24 et l'International Herald Tribune, auprès d'un échantillon de 6 165 adultes (âgés de 16 à 64 ans) en France, Allemagne, Espagne, Grande-Bretagne et aux Etats-Unis, et d'adultes (âgés de 18 à 64 ans) en Italie, du 26 novembre au 8 décembre 2008. Les données pour les facteurs tels que l'âge, le sexe, le niveau d'éducation, la région et l'usage d'Internet ont été redressées si nécessaire, afin de les faire correspondre avec les proportions actuelles dans la population. Une procédure de redressement basée sur un « score de propension » a été appliquée pour ajuster la propension des répondants à être connectés à Internet.

Le sondage présente:

- Le moral des populations fin 2008, et les évolutions par rapport à fin 2006
- Les événements internationaux les plus marquants de 2008
- L'impact de l'élection de Barack Obama
- Les changements attendus pour 2009
- Le budget alloué aux fêtes de fin d'année 2008

Merci de noter que toute diffusion de ces résultats doit être accompagnée d'éléments techniques tels que : le nom de l'institut, les dates de réalisation, la taille de l'échantillon, la méthode d'enquête.

LE MORAL DES POPULATIONS FIN 2008, ET LES EVOLUTIONS PAR RAPPORT A FIN 2006

En cette fin d'année 2008, le moral actuel des Européens et des Américains traduit une réelle inquiétude face à la situation économique actuelle de leur pays.

Les Européens se montrent particulièrement pessimistes, et en particulier les Français qui sont 83% à se déclarer pessimistes (dont 25% très pessimistes).

Les Américains, qui viennent d'élire leur nouveau Président, semblent moins se soucier de la situation économique de leur pays même si une moitié d'entre eux se déclare pessimiste.

Concernant la situation économique de votre pays, diriez-vous que vous êtes aujourd'hui très optimiste, plutôt optimiste, plutôt pessimiste ou très pessimiste ?

Base : Total répondants

	Français	Allemand	Britannique	Italien	Espagnol	Américain
<i>Base brute</i>	1 034	1 074	1 111	997	949	1 000
Très + plutôt optimiste (4+5)	17%	37%	30%	26%	30%	48%
Très optimiste (4)	*	3%	4%	2%	2%	8%
Plutôt optimiste (3)	16%	34%	26%	24%	27%	40%
Très + plutôt pessimiste (1+2)	83%	63%	70%	74%	70%	52%
Plutôt pessimiste (2)	58%	52%	56%	53%	46%	40%
Très pessimiste (1)	25%	11%	14%	20%	25%	12%
Moyenne	1,9	2,3	2,2	2,1	2,1	2,4

La crise n'est pas seulement une perception générale : elle se traduit par une inquiétude sans précédent pour la situation personnelle des répondants. Encore une fois ce sont les Européens qui semblent les plus inquiets.

Et plus particulièrement concernant votre situation personnelle, diriez-vous que vous êtes aujourd'hui très optimiste, plutôt optimiste, plutôt pessimiste ou très pessimiste ?

Base : Total répondants

	Français	Allemand	Britannique	Italien	Espagnol	Américain
<i>Base brute</i>	1 034	1 074	1 111	997	949	1 000
Très + plutôt optimiste (4+5)	37%	48%	42%	38%	41%	54%
Très optimiste (4)	3%	7%	4%	2%	4%	10%
Plutôt optimiste (3)	34%	42%	38%	37%	37%	44%
Très + plutôt pessimiste (1+2)	63%	52%	58%	62%	59%	46%
Plutôt pessimiste (2)	50%	42%	45%	49%	40%	35%
Très pessimiste (1)	13%	10%	13%	12%	19%	11%
Moyenne	2,3	2,5	2,3	2,3	2,3	2,5

Cette situation a profondément changée depuis 2 ans. A la fin de l'année 2006, le moral des habitants des 5 grands pays européens et des Américains était nettement positif. En deux ans, **la tendance s'est totalement inversée** pour arriver en 2008 à une situation de très forte inquiétude.

	Français	Allemand	Britannique	Italien	Espagnol	Américain
<i>Très + plutôt optimiste en décembre 2008</i>	37%	48%	42%	38%	41%	54%
<i>Très + plutôt optimiste en décembre 2006</i>	72%	73%	66%	67%	85%	81%
Ecart	-35%	-25%	-24%	-29%	-44%	-27%

* : moins de 0,5%

Les personnes interrogées se montrent plus partagées quant il s'agit de faire le bilan de leur situation personnelle en 2008.

Les Allemands sont un peu plus nombreux (35%) que les autres à faire un bilan positif de leur situation personnelle en 2008.

Les Américains se montrent les plus sévères : ils sont 47% à estimer que l'année a été négative.

Concernant votre situation personnelle, diriez-vous que l'année 2008 a été ...

Base : Total répondants

	Français	Allemand	Britannique	Italien	Espagnol	Américain
<i>Base brute</i>	1 034	1 074	1 111	997	949	1 000
Positive (Une année très positive + Une année plutôt positive)	25%	35%	27%	23%	25%	28%
Une année très positive (5)	5%	6%	6%	4%	5%	7%
Une année plutôt positive (4)	21%	29%	21%	19%	20%	21%
Une année ni positive ni négative (3)	36%	33%	34%	34%	37%	25%
Négative (Une année très négative + Une année plutôt négative)	38%	31%	39%	43%	38%	47%
Une année plutôt négative (2)	23%	21%	26%	28%	26%	30%
Une année très négative (1)	15%	10%	14%	15%	12%	17%
Moyenne	2,8	3	2,8	2,7	2,8	2,7

Les Américains sont donc plus négatifs que les Européens sur leur année passée, mais plus optimistes pour les années à venir, comme si la crise était d'ores et déjà derrière eux.

* : moins de 0,5%

LES EVENEMENTS LES PLUS MARQUANTS DE 2008

Deux grands événements ont particulièrement retenu l'attention en 2008 : **la crise financière actuelle** et **l'élection de Barack Obama** aux Etats-Unis.

L'organisation des Jeux Olympiques en Chine arrive en 3^{ème} position dans ce classement pour les Européens alors que les Américains ont davantage été marqués par l'évolution de la situation en Irak.

Quels sont selon vous les 3 événements internationaux les plus marquants de l'année 2008?

Base : Total répondants

	Français	Allemand	Britannique	Italien	Espagnol	Americain
<i>Base brute</i>	1 034	1 074	1 111	997	949	1 000
La crise boursière / bancaire / financière	92%	84%	77%	85%	92%	87%
L'élection de Barack Obama aux Etats-Unis	83%	82%	73%	82%	81%	80%
Les Jeux Olympiques organisés en Chine	34%	38%	41%	33%	44%	25%
Le conflit entre la Chine et le Tibet	32%	26%	14%	31%	16%	7%
Le conflit entre la Russie et la Géorgie	18%	21%	20%	19%	13%	24%
L'évolution de la situation en Irak	8%	10%	22%	12%	12%	35%
La France à la présidence de l'Europe	11%	2%	3%	2%	5%	3%
Autre	5%	8%	6%	6%	10%	11%
Sans opinion	1%	4%	9%	2%	4%	4%

Et lorsqu'on leur demande de citer l'événement le plus marquant de l'année, c'est, pour les Européens, la crise financière actuelle qui arrive en première position : événement qui arrive très loin devant les autres événements pour les Espagnols (81%).

Les Américains sont logiquement plus partagés entre la crise financière actuelle et l'élection historique de leur nouveau Président.

Et parmi ces événements, quel est celui qui vous a le plus marqué en 2008?

Base : Répondants pour lesquels il y a eu des événements marquants en 2008

	Français	Allemand	Britannique	Italien	Espagnol	Americain
<i>Base brute</i>	1 034	1 074	1 111	997	949	1 000
La crise boursière / bancaire / financière	57%	49%	67%	58%	81%	49%
L'élection de Barack Obama aux Etats-Unis	30%	35%	17%	31%	12%	44%
Les Jeux Olympiques organisés en Chine	4%	8%	10%	5%	5%	1%
Le conflit entre la Chine et le Tibet	6%	3%	2%	3%	1%	*
L'évolution de la situation en Irak	*	1%	3%	2%	1%	4%
Le conflit entre la Russie et la Géorgie	2%	3%	1%	1%	1%	1%
La France à la présidence de l'Europe	1%	*	1%	0	*	*

D'après Patrick VAN BLOEME, Directeur Associé de Harris Interactive, « ces deux événements se font écho : la crise financière a joué un rôle majeur dans la campagne électorale américaine et le succès de Barack Obama. Cette élection a redonné espoir aux Américains qui abordent cette crise avec plus d'optimisme que les Européens. »

* : moins de 0,5%

L'IMPACT DE L'ÉLECTION DE BARACK OBAMA

Dans ce climat de forte inquiétude, l'élection de Barack Obama représente un espoir très perceptible.

Les Européens se montrent très enthousiastes sur l'impact de cette élection pour les Etats-Unis. Ce sentiment est particulièrement fort chez les Français qui étaient déjà les plus forts supporters de Barack Obama avant son élection.

Selon vous, quel impact aura l'élection de Barack Obama pour les Etats-Unis ?

Base : Total Européens

	Français	Allemand	Britannique	Italien	Espagnol
<i>Base brute</i>	1 034	1 074	1 111	997	949
Très + plutôt positif (4+5)	78%	71%	61%	70%	66%
Un impact très positif (5)	18%	18%	25%	24%	21%
Un impact plutôt positif (4)	60%	53%	36%	46%	46%
Un impact autant positif que négatif (3)	9%	17%	18%	18%	16%
Très + plutôt négatif (1+2)	3%	4%	5%	3%	4%
Un impact plutôt négatif (2)	2%	3%	3%	2%	3%
Un impact très négatif (1)	1%	1%	2%	1%	1%
Cela n'aura aucun impact	4%	2%	2%	4%	3%
Sans opinion	5%	6%	15%	6%	11%
Moyenne	4,0	3,9	3,9	4,0	4,0

Cet espoir va au-delà de la situation des Etats-Unis puisque près de la moitié des Européens estiment que cette élection aura un impact positif sur leurs pays respectifs.

21 % des Américains partagent cependant l'opinion inverse pour leur pays.

Selon vous, quel impact aura l'élection de Barack Obama pour votre propre pays ?

Base : Total répondants

	Français	Allemand	Britannique	Italien	Espagnol	Américain
<i>Base brute</i>	1 034	1 074	1 111	997	949	1 000
Très + plutôt positif (4+5)	49%	48%	41%	46%	57%	53%
Un impact très positif (5)	5%	5%	7%	10%	10%	30%
Un impact plutôt positif (4)	44%	43%	35%	37%	46%	23%
Un impact autant positif que négatif (3)	17%	28%	20%	20%	15%	12%
Très + plutôt négatif (1+2)	4%	5%	7%	3%	4%	21%
Un impact plutôt négatif (2)	3%	5%	5%	2%	4%	8%
Un impact très négatif (1)	1%	1%	1%	1%	1%	13%
Cela n'aura aucun impact	21%	10%	9%	17%	12%	1%
Sans opinion	10%	9%	23%	14%	12%	13%
Moyenne	3,7	3,6	3,6	3,8	3,8	3,6

* : moins de 0,5%

QUELS CHANGEMENTS POUR 2009 ?

S'ils avaient la possibilité de faire des changements en 2009, il apparaît que les Européens changeraient en priorité de responsables politiques (un avis moins partagé pour les Allemands que pour les autres), de chef d'Etat / de gouvernement (et ce particulièrement pour les Français). Les Américains, qui viennent de changer de chef d'Etat sont les moins nombreux à vouloir en changer à nouveau...

Viennent ensuite l'apparence physique et le travail, avec une mention particulière pour les Américains qui sont très nombreux à vouloir changer leur apparence physique (44%).

Deux éléments matériels majeurs arrivent ensuite : la maison et la voiture. Ces deux marchés, en grande crise (les ventes d'automobile et les transactions immobilières étant toutes deux en fort déclin), créent donc des frustrations significatives pour les populations.

A noter également que c'est en Allemagne, en Italie et en Grande Bretagne que l'on souhaite le plus changer de pays.

Enfin, il n'y a que très peu d'attentes de changement vis-à-vis de l'environnement humain et social des répondants (voisins, patrons, collègues, conjoints, enfants, parents).

Si vous aviez la possibilité de changer quoi que ce soit en 2009, parmi la liste suivante, quels seraient les changements que vous aimeriez faire ?

Base : Total répondants

	Français	Allemand	Britannique	Italien	Espagnol	Américain
<i>Base brute</i>	1 034	1 074	1 111	997	949	1 000
Vos responsables politiques	32%	28%	38%	56%	39%	31%
Votre chef d'Etat / gouvernement	44%	39%	32%	39%	34%	20%
Votre apparence physique / look	29%	29%	37%	25%	30%	44%
Votre travail	28%	30%	30%	28%	25%	26%
Votre voiture	29%	25%	23%	30%	26%	25%
Votre maison	32%	19%	31%	20%	28%	25%
Votre âge	20%	19%	24%	20%	17%	18%
Votre pays de résidence	10%	28%	24%	28%	6%	8%
Vos voisins	8%	13%	13%	14%	12%	11%
Votre patron	12%	14%	12%	13%	9%	7%
Vos collègues de travail	9%	8%	6%	10%	6%	7%
Votre conjoint	9%	6%	7%	5%	5%	6%
Vos amis	5%	8%	6%	3%	2%	5%
Vos parents	2%	5%	2%	4%	2%	4%
Vos enfants	2%	6%	3%	1%	2%	2%
Rien de tout cela	13%	16%	10%	9%	15%	15%
Nombre moyen de changements	2,82	2,93	2,97	3,05	2,58	2,54

* : moins de 0,5%





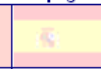

LE BUDGET ALLOUE AUX FETES DE FIN D'ANNEES 2008

Dans ce contexte d'inquiétude, les Européens comme les Américains ont décidé d'adapter le budget alloué aux fêtes de fin d'année 2008 en conséquence.





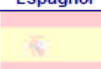
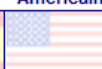
En effet, 61% des Américains envisagent de consacrer un budget global moins important que l'année dernière. Les Européens vont suivre majoritairement cette tendance et notamment les Français, les Italiens et les Espagnols.





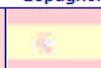

Toujours par rapport à l'année dernière, le budget des fêtes de fin d'année 2008 que vous avez prévu de consacrer pour chacune des catégories suivantes sera-t-il...





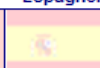
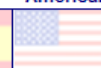
Base : Total répondants

	Français	Allemand	Britannique	Italien	Espagnol	Américain
Globalement, votre budget pour les fêtes de fin d'année						
Base brute	1 034	1 074	1 111	997	949	1 000
Plus élevé	8%	12%	8%	7%	6%	5%
Similaire	38%	42%	42%	32%	37%	28%
Moins élevé	49%	34%	37%	54%	48%	61%
Ne s'applique pas	5%	12%	13%	7%	9%	6%

Ce sont en particulier les cadeaux, les décorations et l'habillement qui feront l'objet de ces baisses de budget. Le budget alloué à la nourriture restera globalement similaire.

	Français	Allemand	Britannique	Italien	Espagnol	Américain
Budget prévu MOINS ELEVE						
Base brute	1 034	1 074	1 111	997	949	1 000
Les cadeaux	44%	32%	39%	54%	43%	48%
Les décorations	45%	33%	40%	47%	40%	44%
L'habillement pour les fêtes	40%	27%	41%	49%	42%	40%
Les sorties	36%	28%	39%	42%	40%	45%
La beauté/le bien-être (coiffeur, soins...)	34%	24%	35%	39%	37%	34%
Les week-end et voyages	32%	28%	34%	38%	33%	42%
Les transports	28%	27%	26%	35%	33%	36%
La nourriture et les boissons	30%	18%	26%	28%	35%	32%

	Français	Allemand	Britannique	Italien	Espagnol	Américain
Budget prévu SIMILAIRE						
Base brute	1 034	1 074	1 111	997	949	1 000
La nourriture et les boissons	56%	66%	59%	62%	54%	55%
Les cadeaux	40%	53%	47%	35%	44%	39%
L'habillement pour les fêtes	31%	57%	46%	37%	40%	45%
La beauté/le bien-être (coiffeur, soins...)	39%	55%	41%	42%	35%	40%
Les transports	35%	48%	50%	44%	41%	36%
Les sorties	36%	50%	42%	42%	40%	35%
Les week-end et voyages	24%	45%	42%	31%	30%	33%
Les décorations	30%	43%	36%	31%	25%	33%

	Français	Allemand	Britannique	Italien	Espagnol	Américain
Budget prévu PLUS ELEVE						
Base brute	1 034	1 074	1 111	997	949	1 000
La nourriture et les boissons	9%	12%	11%	7%	6%	7%
Les week-end et voyages	8%	15%	8%	9%	6%	5%
Les cadeaux	13%	10%	9%	7%	6%	6%
Les sorties	7%	14%	10%	9%	5%	5%
L'habillement pour les fêtes	4%	12%	6%	7%	7%	6%
Les transports	9%	6%	12%	7%	6%	5%
La beauté/le bien-être (coiffeur, soins...)	5%	8%	4%	4%	4%	2%
Les décorations	4%	6%	5%	4%	4%	3%

* : moins de 0,5%

A propos de Harris Interactive

Harris Interactive est un institut de référence sur le marché des études (6^{ème} rang mondial des sociétés d'étude ad hoc). La structure française, fondée en 1995 par Nathalie PERRIO-COMBEAUX et Patrick VAN BLOEME sous le nom de Novatris, a rejoint le groupe en mars 2004.

Harris Interactive propose des méthodes d'études innovantes ainsi que des analyses et un conseil stratégique qui aident les clients à prendre des décisions réfléchies et efficaces. Le groupe doit sa réputation aux sondages d'opinion « Harris Poll » et à son rôle précurseur dans les méthodes d'études en ligne. La société a mis en place ce qui, selon elle, constitue le panel le plus important au monde : le Harris Poll Online. Harris Interactive est au service de sa clientèle dans le monde entier grâce à ses bureaux en Amérique du Nord, en Europe et en Asie. Pour plus de renseignements sur Harris Interactive veuillez consulter www.harrisinteractive.fr

Contacts Harris Interactive en France:

Laurence Lavernhe - 5-7 rue du Sahel – 75012 Paris - Tel: 01 44 87 60 94 – Fax: 01 44 87 60 31

llavernhe@harrisinteractive.fr