

n° 220

Janvier 2003

## >> LES DOSSIER du Point Eco



Euro, un an après, ce qui a changé.

> Les Européens fêtent le premier anniversaire de leur monnaie unique.

Pour 72 %d'entre eux, l'euro est un événement majeur de l'histoire de l'europe.

Si l'euro a incontestablement bouleverse la vie des particuliers, ce n'est pas le cas pour les entreprises.

> L'euro et après

Vision sur une économie allemande en porte-à-faux !

Un an après sa mise en place, les vagues de peur autour de l'euro et d'une hausse des prix généralisée sont passées, mais les porte-monnaie allemands restent fermes.

Des initiatives dans le pays badois voient le jour et tentent de redonner une impulsion a la consommation.

> France -Allemagne Ou acheter moins cher ?

# ➤ *Euro, un an après* **Ce qui a changé**

Les Européens fêtent le premier anniversaire de leur monnaie unique. Pour 72 % d'entre eux, l'euro est un événement majeur de l'histoire de l'Europe. Si l'euro a, incontestablement, bouleversé la vie des particuliers, ce n'est pas le cas pour les entreprises.



**Le rapport des Européens à la petite monnaie a changé. 62 % d'entre eux ont le sentiment d'avoir modifié leurs comportements d'achats**

Trois années de transition et d'information ont précédé la mise en circulation, le 1<sup>er</sup> janvier dernier, des pièces et des billets en euro. On nous l'avait dit et répété : l'euro ne devait rien changer. On nous l'avait promis : l'euro n'affecterait pas les prix, pour les consommateurs. On nous l'avait expliqué : l'euro favoriserait la comparaison et aurait des conséquences économiques et sociales positives. Qu'en a-t-il été, en réalité ? Cette réforme monétaire a eu des conséquences très concrètes, dans la vie de chacun d'entre nous. Certaines positives, d'autres un peu moins.

<sup>1</sup> Voir page 13



➤ PIERRE-YVES BAUDRY



➤ MARTINE MÉRIEUAU

### L'EURO PERÇU PAR LES EUROPÉENS

EN QUELQUES CHIFFRES

- ➔ 50,6 % des européens ne souhaitent plus le double affichage des prix
- ➔ 41 % estiment qu'il y a trop de pièces de valeurs différentes
- ➔ 66,8 % pensent que l'euro sera bientôt une monnaie internationale comme le dollar

62 % des personnes interrogées ont, en tout cas, le sentiment d'avoir modifié leurs comportements d'achats. Les uns pensent avoir dépensé moins, les autres davantage qu'à l'habitude. «Au mois de janvier, les banques

## Seulement 19 % des Européens utilisent l'euro comme seule monnaie de référence mentale pour leurs achats

ont enregistré un plus grand nombre de comptes à découvert, et les gros distributeurs, comme les hypermarchés, ont constaté une hausse de consommation, suivie d'un ralentissement», commente **Pierre-Yves Baudry**, le secrétaire général adjoint à la Chambre de consommation d'Alsace. **Eugène Gross**, le PDG de l'Épicerie Antoine, située rue des Bouchers à Strasbourg, confirme le phénomène, avec un décalage. «Depuis juillet-août, notre chiffre d'affaires a chuté de 4 %, avec le même nombre de clients. Comme si tout d'un coup, les gens prenaient conscience de la valeur de l'euro.» Pour ses voisins, **Martine et Guy-Claude Rudolf**, les propriétaires de la boulangerie Le Fournil d'Austerlitz, «c'est le rapport à la petite monnaie qui a changé. Avec le franc, augmenter la baguette de dix centimes était toute une histoire. Depuis l'euro, une augmentation de dix centimes entraîne très peu de remarques. Nos clients sont plus faciles qu'avant», affirme Martine Rudolf.

Tout n'est, pourtant, pas si simple. Pour la majorité des Européens de la zone de l'euro : la nouvelle monnaie leur pose encore des difficultés. L'euro, comme valeur de référence, n'est toujours pas imposé auprès du public.

Pas de honte à avoir. D'après les experts, il faudra trois années, pour que chacun d'entre nous acquiert cinquante références. Certes, on ne convertit plus

le prix d'un morceau de pain ou d'un journal. Mais, quand on réalise nos achats, on compte dans notre monnaie nationale. Et, d'après le sondage réalisé par EOS Gallup Europe<sup>1</sup>, en Allemagne, encore plus qu'en France.

### La curiosité de comparer les prix de l'autre côté de sa frontière

Ceci dit, l'apparition de la monnaie unique semble avoir aiguisé le sens critique des consommateurs. Il faut dire qu'on nous avait laissé présager l'arrivée de la stabilité des prix, vanté les comparatifs plus aisés à réaliser. Les consommateurs se sont donc empressés de vérifier

ses affirmations ! «Nous avons toujours beaucoup d'appels pour signaler des hausses de prix», dit Pierre-Yves Baudry. **Martine Mérieau**, la directrice de l'Euro info consommateur, une association de défense des consommateurs de droit allemand installée à Kehl, observe la même chose. Le constat est général. 82 % des consommateurs des douze pays de l'euro, ont le sentiment que la conversion des prix de leur monnaie nationale en euro s'est déroulée en leur défaveur. Résultat : seulement la moitié des personnes interrogées est satisfaite de l'arrivée de l'euro. Pour la deuxième fois consécutive, cette statistique est en recul. C'est neuf points de moins qu'en mai 2002, et quatorze de moins qu'en janvier 2002. ■■■■

<sup>1</sup> Voir page 13





► EUGÈNE GROSS

### ► Pour et contre le double affichage

Le double affichage des prix semble avoir contribué à se familiariser à la nouvelle monnaie. Dans certains commerces, il a désormais disparu. Mais, à ce sujet, les Européens sont partagés. La moitié de la population souhaite encore voir s'afficher le solde de leur compte, les factures et les tickets, en monnaie nationale. Cette tendance est particulièrement vraie en France, en Allemagne et aux Pays-Bas. L'expression de cette crainte à l'égard de la disparition des monnaies nationales, ne fait que confirmer les difficultés des Européens à se créer une échelle mentale de prix de référence en euro. Le double affichage ne fait, en réalité, que retarder l'indispensable nécessité de penser dans la monnaie unique.

«La presse allemande a même inventé le mot *teuro*», ajoute Martine Mérieau. Et de poursuivre, «En France, l'évolution des prix a été une des préoccupations centrales des pouvoirs publics. Ils ont appelé à la vigilance des acteurs économiques et à la modération et responsabilité des entreprises. Beaucoup d'entre eux ont joué le jeu pendant les six premiers mois et ont réajusté après. En Allemagne, les hausses ont eu lieu en même temps que l'euro.»

Pas étonnant, que les Allemands soient les Européens les plus mécontents de l'arrivée de l'euro.

## Pour les chefs d'entreprises, la hausse des prix est imputable à la mise en place des 35h, pas à l'euro

Peut-on, pour autant, attribuer la hausse des prix, à l'euro ? Comme beaucoup de dirigeants, Eugène Gross, est catégorique. «La hausse – il l'estime à 0,5 % – est le fait des 35 heures, pas de l'euro.» «Certaines augmentations sont saisonnières, mais les consommateurs ne les ont pas discernées», ajoute Pierre-Yves Baudry. Et d'ajouter : «La mise en place de la monnaie unique aura, en tout cas, été l'occasion de rappeler la liberté des prix et le pouvoir de chacun de les comparer.»

Du coup, «de part et d'autre du Rhin, beaucoup de gens se sont intéressés à ce qui se passait de l'autre côté», remarque Martine Mérieau. «C'est une première expérience de l'euro en voyage.» L'avantage est reconnu par tous. D'autant plus depuis l'été, avec la suppression des frais de cartes bancaires «qui plombaient auparavant les achats !» ajoute Pierre-Yves Baudry.



► JEAN-LUC BÉRARD

### Un passage sans tromperie, et qui s'est déroulé comme prévu pour les entreprises

Du côté des entreprises, la bascule a eu lieu sans incident majeur. Au 1<sup>er</sup> janvier, la très grande majorité des entreprises européennes était déjà passée à l'euro, pour ce qui est de leur comptabilité, de la fixation des prix, des facturations, et de leurs systèmes informatiques. 60 % des entreprises estiment que tout s'est déroulé comme prévu. «Pas de fausse monnaie, peu d'erreurs de cartes bancaires, et le plus souvent tout a été réglé à l'amiable. Il n'y a pas eu de véritable tromperie», déclare **Philippe Recous**, chef du service départemental de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes, à Strasbourg.

Cependant, pour les chefs d'entreprises, l'euro ne représente rien. «Nous sommes grand prix national de l'export artisanal depuis 1985. 65 % de notre production part à l'étranger. À l'exception d'une simplification de gestion, l'euro n'a rien changé pour nous», signale **Guy Heumann**, le PDG de Paul Heumann, une entreprise fami-

### Témoignages

#### ► «On nous disait que l'euro ne nous coûterait rien !»

«La mise en place de l'euro a coûté de l'argent à toutes les entreprises», affirme l'expert comptable, **Jean-Luc Mohr**. On nous avait dit que ça ne nous coûterait rien, c'est faux ! Notre surcharge de travail s'est traduite en heures supplémentaires.»

#### ► « Pendant les neuf premiers mois, nous n'avions quasiment pas de pourboire...»

**Jean-Luc Bérard**, directeur du restaurant Au Canon, place du Corbeau, à Strasbourg explique «Les gens ne laissaient presque rien, de peur de trop donner. Heureusement, ils ont repris l'habitude de laisser 2 à 4 €.»



➤ GUY HEUMANN

liale de vingt salariés qui fabrique du pain azyme, à Soultz-sous-Forêts. Finis les frais de change, les savants calculs de conversion, l'euro facilite en effet les aspects techniques du négoce.

**Pour les dirigeants européens, l'euro n'est pas une fin mais un outil. Il n'est facteur ni de croissance, ni de stabilité des prix, encore moins créateur d'emploi.**

#### Un prix s'inscrit dans un environnement

Mais pour presque 65 % des dirigeants, la monnaie unique n'aura aucun effet sur le développement de leur entreprise, et la croissance nationale. Logique ! Personne n'a attendu l'euro pour se lancer dans l'export. «Certains avaient des craintes sur les politiques tarifaires de leurs concurrents européens. Finalement, cela n'a rien changé. D'abord, le moins cher n'est pas forcément le plus profitable. Le service après vente, la relation de confiance que j'ai construite avec un fournisseur ne me feront pas le quitter pour un

autre, dans le seul but de déboursier 10 % de moins», déclare Guy Heumann. «D'autre part, un prix tient compte d'un environnement culturel. Cela ne me heurte pas de trouver un produit de même marque à des prix différents, dans une fourchette accessible, bien sûr», conclut-il.

#### Les différences de coût de production demeurent

Mais, qui dit environnement culturel, dit aussi environnement commercial et coût de main d'œuvre. À l'ère de la globalisation et de l'élargissement de l'Europe, on est encore loin de la stabilité des prix, étant donné les différentiels de coût de production en Europe. À cela s'ajoute que tous les membres de l'union européenne ne sont pas membres de l'union monétaire.

Avec l'euro n'est pas arrivé le miracle de la croissance, ni de la stabilité des prix, ni de la réduction des différences de développement des pays de la zone. L'euro est encore moins créateur d'emploi. La monnaie unique participe au développement du sentiment d'appartenance à l'Europe. Mais, il ne peut pas créer à lui seul l'identité européenne. Il a amené à s'interroger sur la notion de constitution européenne. En ce sens, il est un élément de l'union politique. ■

<sup>1</sup> Toutes les statistiques diffusées dans ce dossier proviennent d'un sondage réalisé par EOS Gallup Europe, à la demande de la Direction générale des affaires économiques et financières de la Commission européenne. Cette enquête a été réalisée, entre le 2 et le 9 septembre 2002, auprès de 6 020 citoyens de la zone des douze pays de l'euro et de 1 511 personnes de trois pays situés hors de cette zone : le Danemark, la Suisse et le Royaume-Uni.

<sup>2</sup> association des mots teuer (cher) et euro



➤ MARTINE RUDOLF

#### L'EURO PERÇU PAR LES EUROPÉENS EN QUELQUES CHIFFRES

➔ Pour 48,7 % des Européens, l'euro n'a pas réduit les différences de prix d'un pays à l'autre

➔ Pour 79,9 % des Européens, leur sentiment d'être européen n'a pas changé depuis l'euro



## ➤ L'euro et après Vision sur une économie allemande en porte- à-faux !

Un an après sa mise en place, les vagues de peur autour de l'euro et d'une hausse des prix généralisée sont passées, mais les porte-monnaie allemands restent fermés. Des initiatives dans le pays badois voient le jour et tentent de redonner une impulsion à la consommation.



### ➤ Reconnaissez les faux euro

*Des signes de sécurité permettent facilement de distinguer billets et pièces authentiques, des fausses.*

**Toucher** l'impression «en relief» unique.

**Regarder** le billet par transparence : on distingue alors le filigrane, le fil de sécurité et l'effet de transvision. Ces signes sont tous les trois visibles sur le recto et le verso d'un billet authentique.

**Incliner** le billet : au recto, on peut voir l'image changeante sur la bande métallisée holographique (pour les petites coupures) ou sur la pastille métallisée holographique (pour les grosses coupures). Au verso, on peut voir le brillant de la bande iridescente (sur les petites coupures) ou l'encre à couleur changeante (sur les grosses coupures).

Les pièces de 1 et 2 € sont difficiles à contrefaire. Au-delà du fait que la tranche de la pièce de 2 € comporte des gravures, leurs éléments de sécurité sont lisibles en particulier par les distributeurs automatiques de produits, de tous les pays de la zone euro.

**M**algré les mauvais procès qu'on a pu lui intenter, l'euro n'est pas le responsable d'une économie allemande en perte de vitesse. Il s'inscrit dans un paysage qui ne lui est pas favorable : une économie mondiale affaiblie, un marché boursier timoré, des exportations en chute libre et une économie interne affectée par cette conjoncture comme par les affres d'une météo capricieuse.

## Une mauvaise presse autour de l'euro qui attise les peurs et gèle la consommation

L'Allemagne, fin prête à accueillir début 2002 la nouvelle monnaie qui veut donner le ton à l'Europe, est soudainement secouée par une forte vague de contestation. Elle déferle en milieu d'année sur le Net et un appel au boycott national est lancé par des consommateurs mécontents pour le premier juillet 2002. Les médias se font l'écho – à tort selon les détaillants professionnels – de ces revendications : les commerçants sont montrés du doigt. Ils auraient profité de la mise en place de l'euro pour augmenter leurs prix.

### Les professionnels soucieux de leur clientèle

D'après **Manuel Schütz**, deuxième génération d'une famille gérante d'un magasin de sport

«Sport-Schütz GmbH» situé dans la zone piétonne du centre de Karlsruhe, l'euro en tant que moyen de paiement a tout d'abord été bien accepté. «Les mauvaises informations dans la presse ont ensuite inquiété le consommateur.» Observant la hausse de prix de quelques produits, la tendance à la généralisation est née, un nouveau terme a été inventé : «Teuro» (Eurocher) en Allemagne. Avec actuellement 14 vendeurs permanents et un effectif de 40 personnes au moment des fêtes, l'entreprise familiale Schütz a su, depuis 45 ans, être à l'écoute de sa clientèle. «Deux ans avant la mise en place de l'euro, nous étions, nous petits commerçants, déjà prêts. Nous affichions les prix dans les deux monnaies pour accoutumer les clients à l'euro.». Soucieux de répondre à leur clientèle, Manuel Schütz garantit la bonne foi de la plupart des détaillants qui ont privilégié une politique d'achat allant vers le consommateur plutôt que vers celle des fournisseurs. « Nous avons préféré acheter un produit similaire chez un autre fournisseur, plutôt que de subir l'augmentation des prix du fournisseur habituel pour certains produits.»

### L'euro, cher en amont !

Il n'en est pas moins vrai que l'introduction de l'euro dans l'économie allemande a eu un impact évident. **Eduard Peltzer**, responsable du plus grand magasin badois en jeux, divertissements et sports – «F. Wilhelm Doering GmbH» – explique que déjà en 2001 une hausse nette des prix pratiqués par une grande majorité des fournisseurs l'a obligé «à réadapter ses prix au milieu de l'année 2001.» L'investissement en matériel prenant en compte la nouvelle monnaie est une charge supplémentaire à intégrer

### > France

## Près de 8% des francs encore non convertis

Deux dates à retenir :  
Les 17 février 2005  
et 2012

«La valeur de seize milliards quatre cent millions de francs, soit 7,9 % de la circulation, demeureraient encore non convertis, au 6 décembre 2002», déclarait Alain Vautravers, le directeur régional de la Banque de France. Pas de panique ! Vous pourrez échanger gratuitement vos pièces en francs pendant 2 ans (jusqu'au 17 février 2005), et vos billets en francs pendant 9 ans (jusqu'au 17 février 2012) au Trésor Public ou à la Banque de France.

pour les entreprises. Si le Club International du champ de course à Baden, habitué à travailler avec des monnaies étrangères, n'a pas eu de coûts importants liés à l'introduction de l'euro, il n'en a pas été de même pour F. Wilhelm. En effet, cette entreprise, qui occupe une cinquantaine de salariés et qui vend plus de 40 000 articles différents, a dû ajouter à ses frais 150 000 € pour ses différentes caisses et équipements informatiques, sans obtenir d'aide de l'état. «Nous avons été très étonnés en tant que PME de l'attitude des politiciens, car l'euro a tout de même été une volonté politique !»

## 17,5 milliards de DM ne seraient pas encore revenus à la Bundesbank

### Nouvelle impulsion à petite échelle

Depuis la campagne menée contre les conséquences de l'introduction à la nouvelle monnaie européenne, les consommateurs allemands ne sont toujours pas décidés à dépenser leurs euros. Une collectivité de commerçants regroupés dans la ville de Karlsruhe a eu une idée originale

—idée reprise également dans d'autres villes allemandes— juste avant les fêtes de Noël : proposer aux clients pendant quelques semaines de payer leurs achats avec leurs derniers DM cachés dans le fond d'une poche ou retrouvés dans une tirelire oubliée. «C'est un service sympathique que nous avons offert à notre clientèle», explique Manuel Schütz, participant à cette action. Pour les clients, plus besoin de se tenir dans la file des retardataires au passage à l'euro de la Landesbank pour échanger l'ancienne monnaie restante. Pour les commerçants, c'était une manière de redonner un petit coup de pouce à la consommation. Cette action locale a connu un franc succès et Eduard Peltzer, porte-parole de cette campagne conclut : «à présent plus personne n'en a après le mark !» Que les nostalgiques du DM se le tiennent pour dit ! On estime que 17,5 milliards de DM (8,75 M €) ne sont pas encore revenus à la Bundesbank...

### L'euro... vision

Le rapport d'enquête auprès des entrepreneurs publié par l'IHK de Karlsruhe affiche des perspectives conjoncturelles très peu optimistes pour les mois à venir. L'euro est pour sa part entré dans les mœurs du pays. Tous les espoirs sont désormais tournés vers un réveil du marché européen qui pourrait faire valoir son originalité du fait de sa pluralité et peut-être sortir l'Allemagne de son marasme économique. ■

## > France - Allemagne

# Où acheter moins cher ?

L'euro favorise la concurrence, en particulier dans les zones frontalières. Euro-info consommateurs, une association de consommateurs située à Kehl, a mené l'enquête du 15 avril au 15 mai dernier. Elle a relevé les prix de 300 produits, de part et d'autre du Rhin. Objectif : répondre à la demande des consommateurs, mais surtout les éduquer à la comparaison. Verdict.

### > Moins cher et meilleure garantie en Allemagne

Les produits d'entretien, d'hygiène, de bricolage, de jardinage, l'électroménager, l'informatique, les disques et le matériel photo sont réellement moins chers de l'autre côté du Rhin. À cela s'ajoute qu'en Allemagne le consommateur est mieux protégé qu'en France. Les garanties

légalles sont de deux ans tandis qu'elles sont d'un an seulement dans l'hexagone. De plus, pendant les six premiers mois qui suivent l'achat, il n'est pas nécessaire de faire la preuve du vice caché.

### > Moins cher en France

Dans le secteur alimentaire, le café, le fromage, le poisson

et la viande, les alcools et vins sont nettement meilleur marché en France.

Dans le domaine pharmaceutique, mieux vaut s'approvisionner chez nous. Les médicaments peuvent être jusqu'à 30 % moins onéreux qu'en Allemagne.

Il faut dire qu'ils sont, en France, les moins chers d'Europe.

Pour les produits de luxe, pas de surprise, ils sont moins chers en France. Il est, en revanche,

plus étonnant d'apprendre que s'habiller et se chausser est plus rentable chez nous.

Enfin l'essence et le diesel sont avantageux en France et risquent de le rester étant donné que la hausse, côté allemand, résulte de l'apparition d'une nouvelle taxe. ■