



Saint-Cloud, le 4 novembre 2008

## Enquête d'opinion réalisée dans le cadre de l'élaboration d'un Livre Vert sur les services financiers spécialisés

### **- La perception de la crise financière par le grand public -**

Suite aux travaux récents menés sur le développement des services financiers spécialisés (crédits aux particuliers, crédits aux entreprises, assurances, etc.), **Athling Management**, cabinet de conseil indépendant en stratégie et organisation spécialisé sur les services financiers, vient de lancer, à sa propre initiative et sans mandat, l'élaboration d'un **Livre Vert sur les évolutions possibles pour les services financiers**.

Dans ce cadre, une enquête d'opinion auprès de 461 personnes vient d'être réalisée afin de mesurer la **perception par le grand public de la crise financière et de ses conséquences**. Elle s'est déroulée dans d'excellentes conditions. Les personnes interrogées ont montré une très grande disponibilité et un besoin d'échanger sur ce qui se passe actuellement.

Enfin, les réponses sont homogènes par tranches d'âge et par catégories socioprofessionnelles.

#### **▶▶ UNE CRISE PERÇUE COMME PLUTOT GRAVE ET DE LONGUE DUREE...**

---

La crise financière que nous traversons aujourd'hui est perçue comme **plutôt grave** par plus d'une personne interrogée sur deux (**52,5%**), et comme **très grave par plus d'un tiers (36,2%)** d'entre elles. Mais, plus encore que sa gravité, il ressort que le grand public pense qu'elle va durer après 2010 (40% des personnes interrogées), soit plus de deux ans.

**Des divergences** apparaissent néanmoins sur sa gravité **par tranches d'âge**. 41,7% de la tranche des 35-50 ans perçoivent cette crise comme très grave, contre 29,3% pour les plus jeunes (18-25 ans).

#### **▶▶ ... QUI A UN IMPACT NEGATIF DIRECT SUR LA PERCEPTION DE L'AVENIR, MAIS PAS SUR LES HABITUDES DE CONSOMMATION...**

---

Pour **la moitié** des personnes interrogées (49,9%), la crise a **modifié leur perception de leur avenir**. Dans plus de 9 cas sur 10 (94,1%), cette perception a été plutôt, voire complètement, **détériorée**.

Cependant, il est étonnant de constater que ce changement de perception n'a **pas eu d'impact** aujourd'hui sur le comportement et les habitudes de consommation. Pour **60,7% d'entre elles**, les personnes interrogées n'ont **pas l'intention de modifier** leur mode de consommation, malgré la gravité reconnue de la crise financière. Cette tendance est **également confirmée chez les plus pessimistes** : 46,7% des personnes interrogées ayant une vision plutôt détériorée de leur avenir n'ont pas changé de comportement de consommation.



Saint-Cloud, le 4 novembre 2008

---

►► ... GRACE, ENTRE AUTRES, A LA CONFIANCE ACCORDEE AU SYSTEME BANCAIRE FRANÇAIS !

---

Ce comportement s'explique en partie par le fait que le grand public circonscrit cette crise au seul secteur financier et qu'un peu moins **des deux tiers** des personnes interrogées (64,2%) **fait confiance** aujourd'hui à sa banque. **Près de neuf personnes sur dix** (88,5%) ont le sentiment que le système français bancaire français est **au même niveau, voire plus sécurisé**, que celui des autres pays. Aussi, pour **58,4%** des personnes interrogées, **une nationalisation** des banques, même pendant une période limitée, ne serait **pas nécessaire** pour résoudre cette crise financière.

---

►► **SYNTHESE ET CONCLUSION d'Athling/Management**

---

**Le paradoxe** qui ressort de cette étude est frappant : la crise est considérée comme **plutôt grave** alors que dans le même temps les habitudes de consommation restent **inchangées**. La perception et les actes sont aujourd'hui **désynchronisés**. Plusieurs éléments concourent à ce constat : la communication rassurante des pouvoirs publics et des banques, le manque de connaissance « technique » de cette crise du grand public et de ses conséquences à terme, et l'impact faible à ce jour sur un quotidien qui se dégrade par ailleurs.

Si le terme de subprime est très largement employé, **l'origine** de la crise n'est **pas bien appréhendée, ni sa gravité réelle**, tant les explications sont pointues.

En effet, les dimensions monétaires ont changé. Si l'évocation de millions de pertes était jugée catastrophique et impressionnait le grand public, la crise a rendu **familier le terme de milliard** en l'espace de quelques semaines.

**A propos d'Athling/Management** : **Cabinet de conseil en stratégie et organisation indépendant**, **Athling/Management** intervient sur le secteur bancaire et, plus particulièrement, **auprès de spécialisés des services financiers**. Notre expérience et notre savoir-faire sur cette filière nous permettent d'apporter **très rapidement** une réelle valeur ajoutée sur les missions. Nous intervenons à la fois en tant que **conseillers de direction générale**, et **en immersion** complète au sein des équipes des différentes directions.

**Contact Presse d'Athling/Management :**

**Pierre Blanc**, Associé

**132, Bureaux de la Colline**

**92 213 Saint-Cloud Cedex**

**Tel. : +33 (0) 1 41 12 08 81**

**Mobile : +33 (0) 6 14 68 75 79**

**E-mail : [pblanc@athling.com](mailto:pblanc@athling.com)**

**Blog : [www.bathlingfinance.com](http://www.bathlingfinance.com)**